الإعلام والمعلومات والإنترنت

الأستاذ الدكتور
عامر ابراهيم القندلجي



الاعــلام ... والمعـلومات ... والإنتـرنت

تأليف
الأستاذ الدكتور
عامر إبراهيم قنديلجي

المحتويات

المقدمـــــة

إبتداءاً لابد من التنويه إلى الربط بين الإعلام والمعلومات والإنترنت، تلك الكلمات الثلاثة التي وردت في عنوان هذا الكتاب. حيث أنه يرى الكاتب أن العلاقة بين هذه المسميات الثلاثة علاقة حيوية ومهمة. فالإعلام يعتمد إعتماداً كبيراً على ما يقدم له من معلومات. وكلما كانت المعلومات التي تقدم للإعلام وإلى وسائل الإعلام كافية ووافية وموثوقة، كان الإعلام موفقاً وناجحاً في ضخ الأخبار الجيدة الجديدة، ذات الموثوقية والأصالة. فالإعلام، في رأي الكاتب، لايعمل من دون أن يضخ له كم واف وموثوق ووموثق من المعلومات والأخبار.

من جانب آخر فإن المعلومات والأخبار، التي يحتاجها الإعلام، أصبحت مرتبطة بالكم الوافي والنوع الجيد والمميز منها، وكل هذا لا يمكن رصده والحصول عليه من دون اللجوء إلى شبكة المعلومات الإلكترونية المعاصرة، والمعروفة بإسم الإنترنت. فإذا ما أردنا كماً وافياً ومحدثاً من الأخبار والمعلومات فإننا غالباً ما نعجز عن الحصول عليه بمعزل عن الإنترنت. ومن هنا أتت أهمية هذا الكتاب، بربطه بين هذه العناصر الثلاثة المهمة: الإعلام والمعلومات والإنترنت.

فقد جاء الفصل الأول من الكتاب ليعرف بمصطلح الإعلام، وإرتباطه بمنطق الحضارة. وكان لابد إبتداءاً من التطرق إلى التطور التاريخي الهائل الذي حدث للإعلام، عبر العصور المختلفة، وعبر تطور وسائل الإتصال، التي هي العمود الفقري للإعلام. ومن ثم جاء التطرق إلى الإعلام وإرتباطه بالتنمية. ومن ثم وظائفه، أي وظائف الإعلام ، ومكوناته وأركانه.

ثم كان الفصل الثاني من الكتاب مكرس إلى دور الإعلام المعاصر، والإعلام الجيد والإعلام القاصر، أي الإعلام غير الناجح. وتأثير الإعلام في الأفراد والمجتمعات. وكذلك النظريات المختلفة التي ظهرت عن الإعلام، أي النظريات الإعلامية، الغربية منها والشرقية، ذات النظرة الشمولية منها أو السلطوية الإستبدادية. فضلاً عن النظريات التنموية والإسلامية. وكذلك التحولات الإعلامية في الدول النامية، والعوامل المؤثرة في التحولات الإعلامية.

أما الفصل الثالث فقد جاء تكريسه إلى معالم الإعلام الجيد وتطور وسائله المختلفة. وكذلك متطلبات الإعلام الجيد، وإتجاهات التطور في وسائل الإعلام والإتصال المختلفة، ومراحل هذا التطور. وكذلك أهم الملامح

الإيجابية والسلبية لمجتمع المعلومات الإعلامية. وأخيراً رأى الكاتب أن يسأل سؤالاً مهماً ومشروعاً، هو: أين نحن من ثورة المعلومات الإعلامية.

ثم جاء الفصل الآخر ليركز على تصنيف مصادر المعلومات الإعلامية، من حيث مضامينها ومحتواها، ومن حيث جهات إصدارها، ثم من حيث طبيعة نشرها وإتاحتها، وإستخدامها. وكذلك تقسيماتها من حيث أوعيتها وشكلها المادي. وكذلك من حيث تطور شكلها الورقي، وما بعد الورقي، والإلكتروني. في حين كان التركيز في الفصل الخامس التالي على وسائل ومصادر الإعلام الورقية المختلفة وطبيعة الإستفادة منها. ومن ثم التركيز على وسائل ومصادر المعلومات الإعلامية المسموعة، والمرئية، والمسموعة المرئية، وبمختلف أنواعها ومسمياتها.

ثم كان التحول في الفصل السابع التالي نحو مصادر المعلومات الإعلامية الإلكترونية. وأسباب ومبررات هذا التحول. وكذلك أنواع مصادر المعلومات الإعلامية الإلكترونية المعاصرة. ثم كان التركيز على الصحف الإلكتروتية وميزاتها، ومقارنتها مع الشكل الورقي. ولم يفوت الكاتب الإلتفات إلى التحديات والمشاكل التي تواجه التحول نحو الصحف والمجلات والدوريات الأخرى الإلكترونية.

ومن الطبيعي أن يكون في ذاكرة الكاتب أن يتطرق إلى شبكة المعلومات الإلكترونية العالمية، الإنترنت، وتطور التعامل معها، ومع المعلومات الإعلامية الهائلة التي تقدمها، للإعلاميين ولجمهور المستخدمين الآخرين. ومن ثم كان التطرق نحو إستخدام الإنترنت في العالم العربي، وإلى البيئة التكنولوجية المطلوبة لتأمين إستخدام الإنترنت والإستفادة من معلوماته. وكان الفصل التاسع والأخير مكرساً لشبكات التواصل الإجتماعي والإعلامي المعاصرة، كالفيس بوك، والتويتر وما شابههما من تحولات إعلامية معاصرة وهامة.

وأخيرً فقد إشتمل الكتاب على عدد جيد من المخططات التوضيحية الضرورية.. ومن الله التوفيق.

المؤلف

الفصل الأول

التعريف بالإعـــلام وبتطوره ووظائفه

أولاً: التعريف بمصطلح الإعلام

ثانياً: الإعلام وارتباطه بمنطق الحضارة ولغتها

ثالثاً: التطور التاريخي للإعلام عبر وسائل الإتصال

رابعــاً: وظائف الإعلام

خامساً:الإعلام وارتباطه بالتنمية

سادساً: وظائف الإعلام من وجهة النظر الغربية والإسلامية:

سابعـاً: مكونات وعناصر الإعلام والاتصال

المصادر المستخدمة في الفصل

أولاً: التعريف بمصطلح الإعلام

إبتداءاً نستطيع أن نعرف الإعلام، وبكل بساطة، بأنه هو عبارة عن "إيصال المعلومات أو التبليغ بها عبر وسائل الإعلام المتاحة. حيث أنه من المتعارف عليه أن التبليغ، والبلاغ، هو ما يصل الفرد المستفيد أو المعني بذلك التبليغ، وتلك المعلومات. وعلى هذا الأساس فإن الإعلام هو التعريف بقضية محددة، أو بمجموعة قضايا يعيشها الإنسان المعني بذلك التبليغ والإيصال. وكذلك التعريف عن كيفية التعامل مع تلك القضايا ومعالجتها في ضوء المبادئ والأفكار والسياسات والنظريات المعتمدة والمتداولة لدى جهة من الجهات، أو نظام من النظم، أو دولة من الدول.

لذا فإن هذا لتعريف يركز على ثلاث مسائل أساسية، هي:

أ. إيصال المعلومات إلى المستفيدين منها. فهنالك كم من البيانات والمعلومات مطلوب إيصالها.

ب. هنالك مهمة أخرى مرتبطة بإيصال مثل تلك المعلومات، وهي التأكد إيصالها إلى المستفيدين منها والمعنيين بها.

ج. هنالك وسائل مناسبة ومتاحة لإيصال مثل تلك المعلومات إلى المستفيدين.

من جانب آخر فإن كلمة إعلام تعني أساساً هنا الإخبار والتعريف وتقديم معلومات. لذا فإن عملية الإخبار وتقديم المعلومات تتطلب وجود رسالة إعلامية، تشتمل على أخبار، أو معلومات، أو أفكار وآراء، تنتقل في اتجاه واحد، من مرسل إلى مستقبل.

فالإعلام يعني إيصال وتقديم الأفكار والآراء والتوجهات المختلفة، عن موضوع محدد، طريق المعلومات والبيانات المرتبطة بها، بحيث تكون النتيجة المتوقعة والمخطط لها مسبقاً أن تعلم جمهور مستقبلي الرسالة الإعلامية كافة الحقائق، عن ذلك الموضوع، ومن كافة جوانبها، بحيث يكون في استطاعتهم تكوين آراء أو أفكار، يفترض أن تكون مفيدة وصائبة، بحيث تمكنهم من أن يتحركوا ويتصرفوا على أساسها، باتجاه تحقيق التقدم والخير لأنفسهم وكذلك للمجتمع الذي هم جزء منه، والذي يعيشون فيه.

من جانب آخر فإن الإعلام يعني "تقديم الأخبار والمعلومات التي ينبغي أن تكون دقيقة وصادقة للناس، التي تعكس الحقائق التي تساعدهم على إدراك ما يجري حولهم وتكوين آراء، يفترض فيها أن تكون إيجابية وصائبة، في كل ما يهمهم من أمور، وكل ما يسعون إليه. كذلك فإن الإعلام

عبارة عن لغة تبليغ وإيصال المعلومات، والتبليغ هنا يعني إيصال الشيء المطلوب إلى الشخص المطلوب.

وفي تعريف ثاني فإن الإعلام، بالنسبة لدولة من الدول أو نظام من الأنظمة السياسية، هو عبارة عن التعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا والتعامل معها، وفي ضوء أسس ونظريات ومبادئ كانت قد اعتمدت لدى نظام تلك الدولة، من خلال وسائل الإعلام المختلفة الفعالة المتاحة. ويكون واقع الإعلام قائم على أساس تزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، بغرض التنوير والتثقيف ونشر الأخبار والمعلومات التي تنساب إلى عقول الناس، وترفع من مستواهم، وتنشر تعاونهم مع نظام معين، من أجل مصلحة ذلك النظام.

وعلى أساس ما تقدم فإننا نتحول ونركز في هذا التعريف إلى جوانب أساسية في الإعلام يمكن حصرها بالآتي:

أ. الإعلام والمعلومات الإعلامية هنا مرتبطة بدولة وبنظام سياسي.

ب. الإعلام يبث معلومات مرتبطة بموضوعات الساعة، أي موضوعات العصر وهمومه ومشاكله المختلفة.

ج. الإعلام يقدم حلولاً لمشاكل وهموم العصر، وهموم الساعة.

د. المعلومات المقدمة من قبل وسائل الإعلام ينبغي أن تؤمن تثقيفهم باتجاه تأمين تعاونهم مع النظام السياسي المعني بذلك الإعلام. وبعبارة أوضح فإن للنظام مصلحة في تقديم وإيصال مثل تلك المعلومات.

ومن جانب آخر فإنه قد يرى البعض أن الإعلام قد يقوم، عند بعض الأنظمة السياسية الفاسدة، على أمور عدة أهمها:

1. تزويد جمهور الناس بأكبر قدر من المعلومات غير الدقيقة، وغير الصحيحة، أي أنها قد تكون أكاذيب وتظليلات مصحوبة بأساليب إثارة معينة.

2. فضلاً عن اعتماد ذلك الإعلام على أساليب الخداع والتزييف والإيهام بمعلومات مظللة. فالإعلام في هذه الحالة ينشر الأخبار والمعلومات الكاذبة، أو أكثر من ذلك أنه يثير الغرائز، ويهيج غريزة الحقد، وأسباب الصراع، بغرض خدمة جهات معينة قد يكونوا من أعداء المجتمع الذي يحكمه النظام وأعداء البلد المعني بمثل تلك المعلومات والأخبار. وهنالك أكثر من مثال من الأمثلة على مثل تلك الأنظمة التي كانت في موجودة في منطقتنا العربية.

لذا فإن التعريف العلمي للإعلام العام ينبغي أن يشمل النوعين من المعلومات والأخبار التي تضخ إلى أفراد المجتمع، أي أنه يضم الإعلام الصادق والإعلام الكاذب . أو الإعلام الذي هو بما فيه خير للمجتمع، والإعلام الذي هو فيه شر وافتراء.

ومن هذا المنطلق الأخير فإن تعريف الإعلام يمكن أن يكون هو نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية، بطريقة معينة، من خلال أدوات ووسائل الإعلام والاتصال والنشر المختلفة، بقصد التأثير في عقلية وغرائز وسلوك أفراد المجتمع.

ومن جانب آخر فإن ألإعلام بالشيء معناه الإبلاغ عنه والإخبار به. ولذلك، وبحسب رأي مثل هذه المصادر، فإنه يرى البعض أنه من كلمة الإعلام نفسها ت إشتقاق كلمة التعليم، أي التبليغ بالمعلومات . لذا فإن الإعلام هو الإخبار بالأحداث، ونشر المعلومات والمعارف وانتقاؤُها والتدقيق في صحتها، بناء على وجهة نظر محددة في الحياة، أو بناء على سياسة محددة، كأن تكون سياسة الدولة مثلاً. أو بحسب منهج سياسي معين، أو منهج تربوي محدد . وبذلك يكون إيصال المعلومة أو المعلومات في ضوء كيفية معينة تكون ضامنة لها، وبالشكل المخطط له والمطلوب.

وعلى أساس ما تقدم من التعريفات وغيرها فإن الإعلام يعتمد على وسائل عدة، يمكن أن تكون واحدة أو أكثر من الوسائل والنشاطات التالية:

أ. الصحف والمجلات وما تشتمل عليه من إخبار ومعلومات.

ب. الخطب المباشرة، بمختلف أنواعها وأشكالها السياسية والاجتماعية والدينية...الخ.

ج. حلقات الحوار والنقاش المختلفة.

د. الندوات السياسية والإجتماعية.

ه. التدريس والتعليم والتثقيف بمختلف مستوياته.

و. المعلومات المنشورة في مؤلفات متنوعة ومتخصصة أخرى.

ز. الخطب والمعلومات إعلامية أخرى عبر الوسائل الصوتية والمرئية، كالإذاعات.

ح. التمثيليات في المسرح، أو العروض في دور السينما، وغيرها من الوسائل.

فالمقصود بالإعلام، على أساس العديد من التعريفلت، التي تزخر بها أدبيات ومصادر الموضوع، هو تزويد الناس بالمعلومات والأخبار، التي ينبغي أن تكون دقيقة وصحيحة. والتي ينبغي أن تعكس المعلومات والأخبار الإعلامية، التي تؤمنها وسائل الإعلام ومصادر المعلومات، الحقائق الثابتة التي تمكنهم من تكوين آراء صائبة ومواقف بناءً فيما يواجههم من تحديات .كذلك فإنه من المفروض أن تكون المعلومات والأخبار، التي تجهزها وسائل الإعلام المختلفة، تعبر عن مواقف واتجاهات وميول المواطنين. وأن تستخدم وسائل الإعلام المتوفرة عادة أسلوب الإقناع، عن طريق صحة المعلومات ودقة الأرقام والإحصاءات التي تقدم للمواطنين.

ويتضح من كل ما تقدم أنه في هذه العملية، عملية الإعلام والإخبار هو:

- وجود رسالة إعلامية (أخبار – معلومات – أفكار- آراء) أولاً.
- ثم تنتقل هذه الرسالة في اتجاه واحد من مرسل إلى مستقبل، أي حديث من طرف واحد.
- وإذا كان المصطلح يعني نقل المعلومات والأخبار والأفكار والآراء، فهو في نفس الوقت يشمل أية إشارات أو أصوات وكل ما يمكن تلقيه أو اختزانه من أجل استرجاعه مرة أخرى عند الحاجة.
- وبذلك فإن الإعلام يعني "تقديم الأفكار والآراء والتوجهات المختلفة إلى جانب المعلومات والبيانات بحيث تكون النتيجة المتوقعة والمخطط لها مسبقا أن تعلم جماهير مستقبلي الرسالة الإعلامية كافة الحقائق ومن كافة جوانبها، بحيث يكون في استطاعتهم تكوين آراء أو أفكار يفترض أنها صائبة حيث يتحركون ويتصرفون على أساسها من أجل تحقيق التقدم والنمو الخير لأنفسهم والمجتمع الذي يعيشون فيه.

وخلاصة تعريفات الإعلام

فإننا نستطيع، وبناء على ما أوردناه من تعريفات وغيرها، تحديد الكثير مما قيل في الإعلام، والذي يمكن لنا عرضه وإيجازه بالآتي:

1. الإعلام وهو التبليغ أي الإيصال. وهنا تلعب المعلومات أو المعلومات دوراً محورياً في مثل هذا التبليغ أو الإيصال. والبلاغ أو التبليغ هو ما يصلك أو وصلك من معلومات.

2. والإعلام هو التعريف بقضايا العصر مع كيفية معالجتها في ضوء النظريات والأفكار والمبادئ التي اعتمدت لدى كل مجتمع أو نظام أو دوله.

3. كما ويقصد بالإعلام ذلك الأسلوب المنظم للدعاية السياسية، أو لترويج أفكار محددة في وسط مهيأ نفسياً، لغرض استقبال المواد الفكرية التي تهيئها وترسلها مصادر المعلومات، التي عادة ما تلعب دوراً مهماً في التأثير، بل وفي كثير من الأحيان في التحكم بالرأي العام .

4. إن كلمة إعلام إنما تعني أساساً وتأكيداً لما سبق الإخبار وتقديم معلومات. وإن مصطلح أعلم يعني تقديم الأخبار والمعلومات والحقائق للناس، لكي تساعدهم على إدراك ما يجري حولهم وتكوين آراء محددة في كل ما يهمهم ويتحكم فيهم من أمور.

5. من جانب آخر تعني كلمة الإعلام المرادفة للعبارة المترجمة التي يطلق عليها الاتصال الجماهيري Mass Media أنها تعني وسائل الاتصال التي تصل وتؤثر بعدد واسع من الناس، وبالأخص الصحف، والمجلات العامة، والإذاعة، والتلفزيون..

6. كما ويرى آخرين من الكتاب بأن مصطلح الإعلام يوازي عبارة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال ، وهي الوسائل التي عادة ما وجدت واستهلكت بواسطة عدد كبير من الجمهور.

ثانياً: إرتباط الإعلام بمنطق الحضارة

نستطيع القول بان الإعلام في لغة الحضارة المعاصرة هو ليس مستحدثاً ولكنه يضرب بجذوره في مراحل تطور البشرية. فقد تطور الإعلام بتطور الحضارة نفسها، وأستطاع أن يجدد في وسائله بغرض أن يحقق أهدافه النابعة من احتياجات المجتمعات البشرية، حيث أصبح من المألوف، في لغة الحضارة المعاصرة، استخدام وسائل اتصال لم تكن معروفة سابقاً في المناسبات الاجتماعية والوطنية. فبالإضافة إلى البرق والبريد والهاتف والإذاعة والتلفاز، هنالك الإنترنت المعاصر، بمسمياته واستخداماته المختلفة، التي أصبحت شائعة، في العديد من المناسبات الاجتماعية والسياسية والحياتية الأخرى .

وتتضح العلاقة الوثيقة بين لغتي الإعلام والحضارة من خلال استقراء التاريخ الإنساني. حيث أننا نستطيع القول بأن الإعلام هو فن حضاري، حيث يتصل بأسبابها وينتشر بازدهارها. وعلى عكس معظم البيئات القبلية أو القروية التي لا تعتمد وسائل الإعلام الحديثة، بل تعتمد على اكتساب المعرفة بالاتصال الشخصي المباشر، والذي هو قاصر عن أداء مهمات وسائل الإعلام المتطورة الأخرى. وعلى هذا الأساس فإن الإعلام، طبقا لمقتضيات نمو المجتمع وتنوع اختصاصاته وتعقد مشكلاته، هو ضرورة حتمية بعيدة عن الخبرة الفردية المباشرة، وحلا لصياغة المعرفة بصورة واقعية عملية بحيث لا يقع المجتمع في مجال الرؤية المباشرة لأحد أو يلجأ إلى مفهوم يفهمه بعض الناس، أو قلة من الناس، ولا يفهمه الكثرة من الناس، الذين هم البعض الآخر منهم .

وعلى هذا الأساس تصبح لغة الإعلام لغة حضارية تسعى إلى الآتي:

1. نقل المعلومات في المجتمع.
2. الشرح والتفسير.
3. التكامل الحضاري باعتبارها من أهم وسائل صياغة الفكر.
4. وبالتالي صياغة الحضارة.

فالحضارة المعاصرة تبنى وفق عالم اللغة، وتتضمن كل لغة بالإضافة إلى مفرداتها، وجهات نظر واجتهادات وأحكام مسبقة، وبالضد من

وجهات نظر أخرى. كما وتخضع كافة اللغات لأطوار من التغير تتضمن ما يطرأ على العالم المحيط بمتكلميها.

ويقوم الإعلام بدور هام في تكوين الصور اللغوية الحضارية، فبتحرك المجتمع التقليدي نحو العصرية يبدأ في الاعتماد على الوسائل الجماهيرية، مما يؤدي إلى تجميع حصيلة كبيرة من الآراء عن الأشخاص المرموقين والأشياء الهامة وغير المهمة، عن طريق وسائل الإعلام المختلفة. فالصحف والمجلات والإذاعات يتعين عليها تقرير ما تقدمه وتبلغ عنه، وعليها القيام بعملية اختيار من تكتب عنه أو تسلط عليه الأضواء، وما تسجله من حوادث. وتتحكم هذه العملية فيما يعرفه الناس أو يتحدثون عنه وهو أمر له دلالته بالنسبة للغة الحضارية.

ونستطيع القول أن الإعلام ليس إلا عملية ترامز، تتم بين المصدر المرسل له بوسيلة من الوسائل وبين المستقبل الذي يحل هذه الرموز ويفسرها. وكثيراً ما تصبح الرسالة الإعلامية مجرد حروف على الورق، أو مجرد أصوات لا معنى لها عندما لا يكون المستقبل على مستوى فهمها وإدراكها. وقد يحدث نفس الأمر في حالة استخدام لغة مشتركة ولكن من دون الالتزام بإطار دلالي موحد لتحكم تصورات واتجاهات أي فرد في جماعة، في سلوكه ونظرته للأشياء.

من جانب آخر فإنه تدل النظرة الشاملة للإعلام على تغلغله في كيان الحضارة الإنسانية. فعملية الاتصال، التي هي ركيزة الإعلام، تتم على مستويات مختلفة من حيث استخدام اللغة والرموز وتتواصل بمستويات ثلاثة في مجال التعبير اللغوي هي:

أ. في مستوى التذوق الجمالي، وهو المستوى المستعمل في الأدب والفن.

ب. وفي المستوى العلمي النظري وهو المستوى المستخدم في العلوم بمسمياتها المختلفة.

ج. وفي المستوى الاجتماعي الوظيفي الهادف، وهو الذي يستخدمه الإعلام بالدرجة الأساس..

ونظراً لأن مصطلح الإعلام يعني أساساً الإخبار، وتقديم المعلومات، لذا فإنه يتضح في هذه العملية، أي عملية الإخبار، هو وجود رسالة إعلامية، تحتوي على أفكار وآراء وأخبار ومعلومات أولاً. ثم تنتقل هذه الرسالة الإعلامية في اتجاه واحد، من مرسل إلى مستقبل. أي أن الإعلام يعني تقديم مجموعة من الأفكار والآراء والتوجهات المختلفة إلى جانب المعلومات والأخبار بحيث تكون النتيجة المتوقعة والمخطط لها مسبقا هو أن تعلم

جماهير مستقبلي الرسالة الإعلامية كافة الحقائق ومن كافة جوانبها، بحيث يكون في استطاعتهم تكوين آراء أو أفكار يتحركون ويتصرفون على أساسها، وذلك من أجل تحقيق التقدم والنمو والخير المطلوب لأنفسهم، من جهة، وكذلك لعموم المجتمع الذي يعيشون فيه وينتمون إليه، من جهة ثانية.

ثالثاً:التطـور التـاريخـي للإعـــلام عبـر وســائل الإتصــــال المختـلفـة

إبتداءاً لابد لنا من الإشارة إلى أنه قد شهدت وسائل الإعلام المختلفة، على مدار تاريخها الطويل، تطورات مهمة ومتلاحقة. إلا أنه من الملاحظ لم تطغى الوسيلة الجديدة على ما سبقها من وسائل إعلامية تماماً. وهذا ليس بالغريب. ونستطيع القول بأن هنالك عدة إتجاهات في تفسير وتحديد التطور التاريخي للإعلام ووسائل الإتصال، يمكن أن تكون **أربعة إتجاهات**. يمثل **الإتجاه الأول** في تقسير أهم التحولات التي طرأت على وسائل الإعلام بما يأتي:

1. اختراع المطبعة على يد يوحنا غوتنبرغ، في منتصف القرن الخامس عشر، والتي أثرت على الكتاب المخطوط، كوسيلة إعلامية. حيث أنه كان يقتصر اقتناء الكتاب المخطوط على النبلاء، بسبب كلفته العالية التي تفوق طاقة عامة الناس من جمهور القراء.
2. وفي القرن السابع عشر ظهر ما يسمى بالصحافة الجماهيرية، والتي تعتبر من بنات أفكار الفرنسي إميل دي جيراردان. وقد مكنت الصحافة الجماهيرية هذه البسطاء من الجمهور من الإطلاع على ما يدور حولهم من أخبار، في العالم الغربي. إلا أنه لا بد من الإعتراف أنه في ذلك الوقت كانت العديد من الدول العربية آنذالك تعاقب من تضبط لديه صحيفة من عامة أفراد الشعب، على اعتبار أن مثل هذا التوجه هو من شأن طبقات الصفوة من المجتمع، ولا يجوز للعامة أن يسيروا بهذا الإتجاه، ويتدخلوا في أمور السياسة وقضايا الحكم.
3. وعند ظهور الإذاعة المسموعة (الراديو) في بدايات القرن العشرين، وتحديداً بعد الحرب العالمية الأولى. ولابد من الإشارة هنا إلى أن تحديد تاريخ ولادة الإذاعة بدقة صعباً بسبب إختلاط التجارب مع البدء بالبث الفعلي. وقد إعتقد البعض أن ظهور الإذاعة قد أثر كثيراً على الصحف، بل وذهب البعض إلى أبعد من ذلك بإعتقادهم أن عصر الصحف قد تلاشى، من حيث أن الإذاعة المسموعة تملك إمكانيات صوتية تزيد من استقطاب الجمهور، وخاصة من الجمهور الذين لا يجيدون قراءة أخبار ومعلومات الصحف. وتطورت الإذاعة حتى حصلت على حقها في إذاعة الأخبار وأصبحت أحد أهم جوانب تميزها كوسيلة إعلام وأداة إتصال.

4. ثم جاء دور التلفزيون، وبدأ تأثيره على وسائل الإعلام والإتصال الأخرى كالسينما والمسرح والإذاعة. وهكذا كان حال كل وسيلة جديدة من وسائل الإعلام عند ظهورها لأول مرة، كأداة إتصال متطورة تؤثر في الوسائل الأخرى التي سبقتها .ومن الجدير بالذكر أنه لم يثبت أن وسيلة إتصال جديدة ألغت وسيلة أخرى، ولكن، ربما العكس، فإنها ربما تدعمها وتستفيد منها.

5. أما ما حدث في العقدين الأخيرين فاق كل ما شهدته وسائل الإعلام، من أشكال جديدة غيرت بشكل جذري الأشكال التقليدية لوسائل الإعلام، نتيجة للتزاوج بين المعلومة وبين تكنولوجيا الاتصال وشبكات الكمبيوتر، وهو ما أتفق على تسميته بالإعلام التفاعلي، الذي يتفاعل مع الجمهور. حيث أنه لم يعد الجمهور في ظل الإعلام التفاعلي ذلك الكائن السلبي الذي يتلقى ما يقدم إليه من معلومات ويستجيب لها بشكل فوري، بل لقد أصبح له دور فاعل ومؤثر في اختيار الرسالة الإعلامية، وتحديد مساراتها.

أما **<u>الإتجـــاه الثـــاني</u>**، من جانب آخر فإن أهم ما يميز شكل الإعلام الجديد، بوسائل إتصاله الجديدة، هو خروجه عن الطوق الرسمي الحكومي، الذي عرف عنه أنه يفرض رسالة إعلامية ذات اتجاه واحد، وبشكل إجباري، ليصبح الفرد هو نفسه المتحكم فيها، مما أضاف بعدا جديدا لحرية الإعلام، من خلال القدرة على التعامل مع الانترنت، وكسر احتكار المؤسسات الصحفية والإعلامية في إمداد المجتمع بالأخبار والمعلومات المطلوبة .

وعلى أساس ما تقدم فقد شهد الإعلام الجديد، عبر وسائل الإتصال المستحدثة الجديدة، صعوداً كبيراً وبوتيرة متسارعة. فلو نظراً إلى أمثلة من تاريخنا الحديث نرى أن هنالك ثلاثة أحداث مرت على الولايات المتحدة الأمريكية كان للإعلام، ولوسائله المعاصرة، فيها دور وحضور واضح، ولكن بأشكال مختلفة تعبر عن تطوره، والتي هي:

أ. في عام 1945 ميلادية وحين توفي الرئيس الأمريكي روزفلت كان المذياع، أو كما يحلو للبعض أن يعربه بالراديو، هو الوسيلة الأكثر شيوعاً في حينه.

ب. ولكن في عام 1963 وعندما اغتيل الرئيس جون كنيدي في دالاس بولاية تكساس، كان التليفزيون هو المعبر عن الوجه الجديد للإعلام.

ج. ولكن عند انهيار البرجين التجاريين العالميين في نيويورك، في الحادي عشر من سبتمبر، عام 2001، لم تكن الوسائل التقليدية فقط حاضرة، بل كان الانترنت شريكاً مؤثراً وفاعلاً، حيث أنه لم يقتصر الأمر على الصحفيين المحترفين في تغطيتهم للحدث، بل زاحمهم المواطنون بأدواتهم ووسائلهم الخاصة المتطورة والمتوفرة، والتي قد تلتقط صورا خاصة تفوق في أهميتها وتأثيرها ما سجله الصحفيين والإعلاميين المحترفين في حينها وبعد ذلك. وهذا ما نشاهده ونلمسه بالتسبة للإحداث والأخبار التي تقع اليوم في منطقتنا وفي يقية مناطق العالم.

وفي **إتجـاه وتفسير ثالــث** موسع لتطور وسائل الإعلام والإتصال ينظر آخرون إلى موضوع تطور الإعلام ووسائله الإتصالية من خلال توزيعه تاريخياً، وبمسيات أخرى مختلفة، مثل:

1. حوالي أربعة آلاف سنة قبل اليلاد، والتي تمثل الجزء الأكبر من تاريخ البشرية، حيث ظهرت اللغة البدائية، على شكل:

أ. أصوات وهمهمات.

ب. ثم تطورت لتصل الى نقوش على الجدران باشكال معينة وكل شكل له دلالته.

ت. ثم ظهرت الكتابة على الواح الطين.

ث. ثم بدات الكتابة الهيلوغريفية فى الظهور.

ج. ثم الكتابة الابجدية ثم الحضارة الاغريقية التى ظهرت فى اليونان.

ح. ثم الحضارة الرومانية التى ظهرت فى ايطاليا "روما" وكانت تتميز بتطور كبير فى كافة المجالات

2. الفترة مابين سنة 1450 الى 1980 . حيث تعتبر هذه المرحلة احد اهم المراحل فى عمر وتطور البشرية. حيث تم فيها تسجيل اول تاريخ فى عمر الإعلام والاتصال البشرى، المتمثل بالآتي:

أ. ظهر بها اولى المطابع ذات الحروف المعدنية على يد العالم حنا جوتن بل. وحيث تحول الإعلام والاتصال بها الى طبع نسخ متعددة من وسائل الإتصال وتناقل المعلومات.

ب. كما ظهرت بها الكتب والمجلات.

ت. ثم ظهرت الثورة الصناعية التى قامت على اساس البخار والالة البخارية التى عملت على تسهيل عملية الطباعة.

ث. ثم ظهر التليغراف"اللاسلكى" والتليفون"السلكى" .

ج. ثم بدا بعد ذلك ظهور الراديو عام 1920 .

ح. ثم السينما الصامتة فالسينما الناطقة، ثم السينما الملونة.

خ. ومن ثم التليفزيون

3. أما من العام 1980 للميلاد وحتى وقتنا الحالى، حيث ظهرت تغيرات جذرية في عالم الإتصال والإعلام تمثلت بالآتي:

أ. تم تسهيل عملية الاتصال بين الشرق والغرب، وتم نقل الصحف والمجلات والاذاعات من مكان لاخر،

ب. ظهور الاقمار الصناعية وتم اطلاق اول قمر صناعى لقب بالطائر المبكر او"early bird"

ج. وفى هذه المرحلة تم اختراع الحاسوب، والذى يقوم بكم هائل من العمليات فى الثانية الواحدة.

د. ظهور الفيديو.

هـ. ظهور وسيلة الإتصال عبر الشبكة العالمية للمعلومات المعروفة بإسم الانترنت

أما **الإتجـــاه الرابـــع**، وعلى أساس ما تقدم ومن منطلقات أخرى يرى البعض أن الإعلام والإتصال قد مر بمراحل وتطورات عدة، وخاصة ذلك الإعلام الذي نصفه بالإعلام التفاعلي . وتتمثل مثل تلك المراحل والتطورات بوسائل ووسائط الإتصال الت استخدمها الإنسان، والتي تتمثل بالآتي:

المرحلة الأولى : الإعلام والإتصال التفاعلي للمعلومات،، أي إيصال واستلام المعلومات، عبر الإشارات.

المرحلة الثانية : الإعلام والإتصال التفاعلي، أي إيصال واستلام المعلومات، عبر الكتابات اليدوية.

المرحلة الثالثة : الإعلام والإتصال التفاعلي، أي إيصال واستلام المعلومات، عبر وسائل الطباعة والمواد المطبوعة.

المرحلة الرابعة : الإعلام والإتصال التفاعلي، أي إيصال واستلام المعلومات، عبر وسائل الإتصال السلكية واللاسلكية.

المرحلة الخامسة : الإعلام والإتصال التفاعلي، أي إيصال واستلام المعلومات، عبر الوسائط الإلكترونية والإنترنت.

وسنأتي على تفصيل وشرح العديد من وسائل الاتصال هذه في صفحات ومباحث وفصول من هذا الكتاب.

رابعــــاً: وظــائف الإعـــــلام

من الجدير بالتذكير أنه قد أصبح دور الإعلام ودور وسائل الإعلام في المجتمع مهم، بل وخطير جداً، إلى درجة قامت الدول والحكومات، بمختلف نظمها وتوجهاتها، بتخصيص أقسام ودوائر، بل ووزارات إعلام أحياناً. يكون مرصود لها تخصيصات مالية جيدة، لكي تتولى تحقيق أهداف داخلية وخارجية.

أ. فمن الأهداف الداخلية للإعلام، على سبيل المثال لا الحصر، رفع مستوى الجماهير ثقافياً، وتأمين تطوير أوضاعها الاجتماعية والاقتصادية .

ب. أما خارجياً فمن أهداف دوائر ومؤسسات الإعلام ،ووزارات الإعلام، تعريف بقية دول العالم بحضارة الشعوب ووجهات نظر حكوماتها في المسائل الإقليمية والدولية .

ولم يقتصر اهتمام ذلك الاهتمام بوسائل الإعلام على الحكومات، بل أن مؤسسات اجتماعية وسياسية واقتصادية اهتمت هي الأخرى بها، ووجدت أن تلك وسائل الإعلام تلك تخدمها وتخدم أهدافها وتساعد في نموها وازدهارها .

وليس أدل على أهمية الإعلام ووسائله مما أصبح معروفاً في العالم، من أن الدولة ذات الإعلام القوي تعتبر قوية وقادرة، فلقد أصبح الإعلام عاملاً رئيسيا في نفوذ بعض الدول، وبخاصة تلك التي وجدت فيه إحدى دعاماتها الرئيسية، وقدمته على باقي دعائم الدولة . وسبب كل ذلك هو أن وسائل الإعلام مؤثرة في الجماهير وفاعلة سلباً أو إيجاباً؛ فما هي وظائف تلك الوسائل؟

وعلى أساس ما تقدم فإن للإعلام وظائف رئيسية هي :

1. وظيفة نقل الإخبار وبثها، أي الوظيفة الإخبارية والإعلامية.
2. وظيفة التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات.
3. الوظيفة الثقافية وإثراء الثقافة والنهوض بها.
4. وظيفة تطوير وتنمية العلاقات الإجتماعية والإنسانية
5. وظيفة الترفيه وتوفير سبل التسلية وقضاء أوقات الفراغ .

6. وظيفة الدعاية والإعلان.
7. الوظيفة التعليمية.
8. وظيفة نشر المعرفة وتحديث المجتمه.

وهنا نحتاج إلى إيضاحات وتفسيرات لكل وظيفة من هذه الوظائف.

1. الوظيفة الإخبارية للإعلام:

حيث تقوم وسائل الإعلام، أو كما يسميها البعض، وسائل الإعلام الجماهيرية، بنقل الأحداث والأخبار والقضايا المهمة، ومتابعة تطورات مثل تلك الأحداث والأخبار، وكذلك متابعة انعكاساتها على المجتمع الذي تنتمي إليه وسائل الإعلام تلك. حيث تون مثل تلك المتابعة للخبر أو الحدث هو تلبية لحاجة الإنسان الطبيعية المتمثلة بالتعرف على البيئة المحيطة به، ومعرفته للأحداث الجارية من حوله. لذا فإنه يكاد المضمون الإخباري يشكل النسبة الرئيسية السائدة اليوم في وسائل الإعلام التي يفترض أن تقوم بتغطية تلك الأحداث، ولكن تغطية تتصف بالحيادية والدقة والمصداقية. حيث أن مثل هذه السمات الثلاثة، ونقصد الحيادية والدقة والمصداقية، تحظى باحترام الغالبية الكبيرة لجمهور القراء والمستمعين والمشاهدين لوسائل الإعلام المختلفة.

كذلك فإنه تعمل وسائل الاتصال، على تحذير المجتمع المعنية بالتوجه إليه من الأخطار الطبيعية مثل، الهجوم أثناء الحروب، أو الأمراض والأوبئة المحتملة، وتناقل المعلومات ذات الصفة النفعية، كالأخبار الاقتصادية والحيوية والتموينية. كما أنها تعطي للإنسان معلومات مفيدة ونافعة أخرى.

من جانب آخر فإن للإعلام فائدة محققة للطبقات الحاكمة، فهي تعطيها معلومات مفيدة لتامين نفوذها وتقوية مركزها، كما أن الإعلام وبما يقدمه من أخبار له تأثير على الرأي العام عن طريق المراقبة والسيطرة، والكشف عن الأشخاص المعادين والمنحرفين. ولكن الإعلام في نفس الوقت، يمكنه ان يهدد الطبقة الحاكمة نفسها،عندما تظهر نواحي الضعف، وتظهر جوانب وأحوال سلبية قد يسهم الخصوم في نشرها.

2. وظيفة التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات:

ويطلق على هذه الوظيفة بعض الكتاب بوظيفة إيجاد وتأمين الدوافع. حيث تتلاقى المؤسسات الإعلامية بوسائلها المختلفة مع المدرسة في تولى

مهمة التوجيه هذه، بعد العائلة. حيث أن الطالب يقضي قسما مهما من حياته في المدرسة من جهة، والاستماع والمشاهدة لوسائل الإعلام، من جهة أخرى. حيث أن المجتمع، بمختلف مؤسساته الأسرية والعائلية والاجتماعية والدينية والاقتصادية له دور كبير في مجال التوجيه، وتكوين المواقف والاتجاهات الخاصة بكل فرد . وكذلك الحال مع المؤسسات الإعلامية بمختلف أنواعها ومسمياتها. وعلى هذا الأساس فإنه تتلاقى تلك المؤسسات الإعلامية مع المدرسة في مهمة التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات، خاصة وأن المجتمع، أي مجتمع كان، ليس كل أفراده طلابا. بل وأنه لا يتاح عادة لكل أفراد المجتمع دخول المدارس والمعاهد والجامعات أو الاستمرار في التحصيل العلمي بمختلف مستوياته .

من جانب آخر فإنه إذا كانت المدرسة والمعهد والجامعة تقوم بمهماتها تلك عن طريق الهيئة التعليمية، فأن توجيه المجتمع يمارس، وبشكل مباشر وغير مباشر، عن طريق الإعلام ووسائل الإعلام المنتشرة عادة، فكلما كانت المادة الإعلامية التي يقدمها الإعلام المسموع والإعلام المقروء ملائمة للجمهور، لغة ومحتوى، كلما ازداد تأثيرها. من جانب آخر فإنه ليس من المعقول أن تخاطب الذين لا يجيدون اللغة العربية الفصحى، ولا الذين ليس لديهم مستوى تعليمي وثقافي معين بالمنطق المستند إلى علم الكلام والحجج الفكرية والفلسفية المتطورة. فلغة الإعلام ووسائل الإعلام تستطيع أن تخاطب كل شرائح المجتماع، بصرف النظر عن مستوياتهم التعليمية والثقافية.

.3. الوظيفة الثقافية بإثراء الثقافة وزيادة المعلومت

وتعرف هذه الوظيفة أيضاً بوظيفة النهوض الثقافي، حيث أنه من المعروف أن التثقيف العام هدفه هو زيادة ثقافة الفرد والمجتمع بواسطة وسائل الإعلام المختلفة، وليس بالطرق والوسائل الأكاديمية التعليمية . والتثقيف العام يحدث عادة في الإطار الاجتماعي للفرد، سواء كان ذلك التثقيف يأتي بشكل عفوي وعارض، عبر وسائل الإعلام المختلفة، أو كان يأتي بشكل مخطط له ومبرمج ومقصود، عبر مثل تلك الوسائل .

والتثقيف العام، أو بالأحرى التثقيف العفوي هو مواجهة دائمة من جانب وسائل الإعلام للفرد، هذه المواجهة تقدم له معلومات وأفكار وصور وآراء، ومن دون أن يكون هو المقصود بالذات. وتحدث مثل هذه الحالة من التثقيف العام عندما يتجول الطلبة عادة في ساحة ملعب المدرسة أو الجامعة ليفاجأ بجريدة حائط أو بتلفزيون موجود في نادي المدرسة أو المعهد أو الجامعة، أو يفاجأ باللافتات المرفوعة في أماكن مختلفة من المعهد أو

الجامعة. وكل وسائل الإعلام هذه تحمل عادة عبارات تلفت نظره، فيندفع في قراءتها أو متابعتها، وبذلك تعلق بعض الكلمات والعبارات في ذهنه، وقد يأخذ ببعض الآراء منها . كذلك فإن هنالك التثقيف المخطط، الذي هو حصيلة وظيفة التوجيه. فضلاً عن ذلك فإن التثقيف المخطط، عبر وسائل الإعلام، كالبرامج الزراعية التي هي عبارة عن حلقات إرشاد للمزارعين يدعون إليها، والبرامج التثقيفية الأخرى التي تبث وتنشر عبر الإذاعة أو التلفزيون ووسائل الإعلام الأخرى .

4. وظيفة تنمية العلاقات الاجتماعية والإنسانية:

ويطلق عليها البعض وظيفة التنشئة الإجتماعية. حيث يكون ذلك عن طريق تطوير وزيادة التماسك الاجتماعي. فالاتصال الاجتماعي والعلاقات البينية، والذي يعرف بالاتصال الاجتماعي، يكون عادة بالاحتكاك المتبادل بين الأفراد بعضهم مع بعض. ويكون هذا الاحتكاك نوع من التعارف الاجتماعي الذي يتم عن طريق وسائل الإعلام التي تتولى عادة تعميق الصلات الاجتماعية وتنميتها .

فعندما تقدم الصحف كل يوم أخبارا اجتماعية عن الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات الاجتماعية والثقافية فأنها بذلك تكون صلة وصل يومية تنقل أخبار الأفراح من مواليد وزواج، وكذلك أخبار الأحزان من وفيات وفشل وخسارة. ومن الجدير بالذكر والتأكيد أنه ليست صفحات الولادات والوفيات والشكر بصفحة عابرة وغير مهمة في الصحف، بل أنها وسيلة للاتصال الاجتماعي اليومي المهم بين جميع فئات المجتمع .

من جانب آخر فإنه تقوم وسائل الإعلام كلها تقريباً بتعريف جمهور القراء والمستمعين والمشاهدين ببعض الأشخاص البارزين، أو الشخصيات الذين هم في طريق الشهرة سواء في مجال السياسة، أو في مجال الفن، أو في مجالات الأدب، أو المجالات المعروفة الأخرى.

5.وظيفة الترفيه وتوفير سبل التسلية وقضاء أوقات الفراغ

من المعروف أنه تقوم وسائل الإعلام المختلفة بمهمة ملء أوقات الفراغ عند الجمهور، وبما هو مسل ومرفه، مثال ذلك الأبواب المسلية في الصحف أو البرامج الترفيهية والمسلية في التلفزيون حيث تأخذ وسائل

الإعلام في اعتبارها مبدأ واضحاً، وهو أن برامج الترفيه والتسلية ضرورية لراحة الجمهور، من جهة، ولجذبه إليها، من جهة أخرى. كذلك فإنه حتى في مجال الترفيه والتسلية فإن هناك برامج وأبواب ترفيه تكون موجه إعلامياً، يمكن عن طريقها الدعوة إلى بعض المواقف، ودعم بعض الاتجاهات. أو حتى الدعوة إلى تحوير وتشويه المواقف والاتجاهات والدعوة إلى تغييرها. وكل هذا يتطلب أساليب وإمكانات وتوجهات مناسبة من قبل وسائل الإعلام .

.6. وظيفة الدعاية والإعلان:

حيث تقوم وسائل الإعلام المختلفة عادة بوظيفة الإعلان عن البضائع والسلع والخدمات، الجديدة منها والقائمة، والتي يحتاجها المواطنين ويهمهم أمرها. كما وتقوم بدور مهم في حقول العمل والتجارة عندما تتولى الإعلان عن وجود وظائف شاغرة مثلاً، أو الإعلان عن وجود موظفين مستعدين للعمل، أو عندما تتولى الإعلان عن إجراء مناقصة، وما شابه ذلك من الأساليب الإعلامية .

وعلى هذا الأساس فقد استطاعت وسائل الإعلام على تنوعها، من صحافة وتلفزيون وإذاعة وسينما، أمام كل تعقيدات الحياة وتعدد ما فيها من مستجدات واختراعات وصناعات واكتشافات، أن تقوم بمهمة التعريف بما هو جديد، وتقديمه إلى الجمهور وعرض فوائده وأسعاره ومزاياه، بشكل ذكي وعام

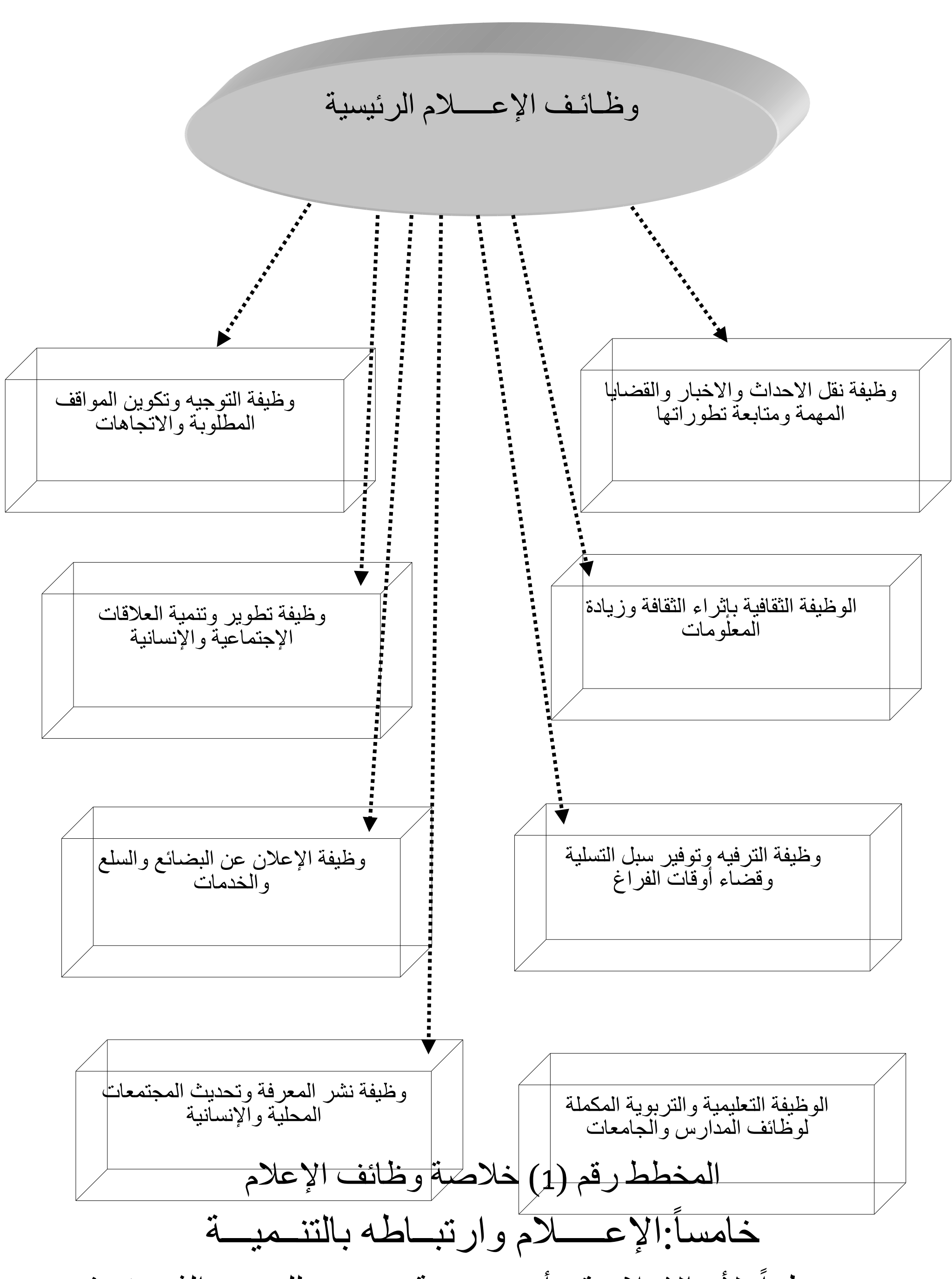
7. الوظيفة التعليمية والتربوية:

حيث أن وسائل الإعلام أصبحت تقوم مقام المعلم والمربي، وحتى الأب والأم في حالات كثيرة. فالبرامج التربوية والمدرسية وبرامج الأطفال وبرامج الطلاب وغيرها من برامج تبثها وسائل الإعلام. وقد يرى البعض أن الوظيفة التربوية والتعليمية إنما تلتقي مع بوظيفة التثقيف، إلا أننا نرى أنها تتعدى تلك الوظيفة إلى ما هو أعم واشمل. ويمكننا القول أن الفرد منذ أن يولد وينمو قليلا فإنه تتولاه وسائل الإعلام وترعاه، وتقدم إليه ما يلزم من تثقيف وتوجيه وترفيه وتعليم وغير ذلك. إضافة إلى ذلك فإنه أحيانا تقدم وسائل الإعلام إليه ما يسيء إلى تربيته ونمو شخصيته وآرائه، فتنحرف شخصيته بها، أو تشوبها مفاهيم تربوية وثقافية غير سوية.

8.وظيفة نشر المعرفة وتحديث المجتمع:

حيث يسهم الإعلام، بنصيب جيد وكبير، في عملية تحديث وتحضير المجتمع المحلي والإنساني. فوسائل الإعلام تساعد بدور فعال في نشر المعرفة، وتنمية القواعد والقوانين الجديدة التي تتوافر مع التحضر. وكذلك الإعلام يقوم بدور رئيسي في دفع عجلة التنمية والتبشير بالتغيير. وكذلك المعاونة في التدريب على اكتساب المهارات، بالإضافة إلى تهيئة الأجواء الملائمة للمناقشة والحوار .والإعلام هو عامل أساسي في نشر الأفكار العصرية،وإشاعة المعلومات الحديثة المتصلة بنهضة الأمة،وخلق الشخصية الجديدة التي تتسم بروح التعاطف والتعاون.

ويوضح المخطط رقم (1) الأتي عناوين لوظائف الإعلام التي تمت مناقشتها والتعريف بها وتوضيحها.



المخطط رقم (1) خلاصة وظائف الإعلام

خامساً:الإعـــلام وارتبــاطه بالتنــميـــة

نظراً لأن الإعلام قد أصبح سمة مميزة للعصر الذي تعيشه، وأضحى تأثيره في حياتنا واضحاً ولا يستطيع معه أي إنسان في أي ركن من

أركان الدنيا أن يتجنب التعامل معه . حيث إن الإعلام يصنع العقول، ويحركها، ويغير اتجاهات الأفراد السياسية والإجتماعية، ويوجههم إلى حيث يشاء. فهو، أي الإعلام، يصنع الأحداث، ويصنع الأخبار، ويخطو بالشعوب والأمم ويتقدم بها إلى الأمام. بل وقد يخطو بالشعوب إلى الوراء، أي إلى التخلف والجمود . حيث يصنع إعلاماً ظلامي غير مستنير يتسم دائما بالجمود، أو يصنع إعلاماً مغرضاً وعدائياً، يسعى إلى وقف مسيرة الشعوب نحو التقدم ونحو ما هو أفضل لها. وبعبارات أوضح فإن الإعلام هو الذي يرسم اليوم ما يمكن أن نطلق عليها الخريطة المعرفية والإدراكية الوجدانية للشعوب، فتبرز شعوب مستنيرة بإعلامها، متكاملة بشخصيتها، لها فعالياتها، لتحقق ذاتيتها ووجودها.

التنموي الإعلام حدود ومتطلبات:

أما حدود ومتطلبات العلاقة بين الإعلام الجيد والتنمية، فيستلزم الآتي :

1. إدراك وفهم الطبيعة الإيجابية لعملية الاتصال. تلك الطبيعة التي تؤدي إلى إدراك أن الإتصال عملية مشاركة يكون فيها الاهتمام بجمهور المتلقين وتفاعلهم ورجع صداهم أمراً هاماً في نجاحها، وخاصة في البرامج التي هي ذات طبيعة وصبغة تنموية .

2. إدراك وفهم وظائف الاتصال، وإن للاتصال مجموعة من الوظائف، والتي هي وظيفة تغيير السلوك والمواقف، وظيفة الترفيه ووظيفة الرقابة، إضافة إلى وظيفة التعليم، وتزويد المجتمع بمعلومات حول القضايا المحلية والوطنية والقومية والدولية. وإن فهم وإدراك هذه الوظائف مهم في عملية التنمية، إذ تسهم في الشعور بالانتماء إلى البلد والدولة، وتهيئة أفراد المجتمع ليؤدوا مهامهم ومهام جديدة وليلعبوا دورهم الإيجابي. كأمة بين الأمم.

3. فهم نظريات التأثير لوسائل الاتصال على المستوى الفردي والجماعي والمجتمعي، وما تقدمه من فهم لطبيعة وميزات كل وسيلة من وسائل الاتصال، وما تقدمه من فهم للمتغيرات التي تؤثر على عملية الاتصال ومن أهمية للتخطيط الاتصالي القائم على نتائج البحوث التجريبية والميدانية والمسحية وبحوث تحليل المضمون للوسائل الإعلامية.

4. إن الإعلام التنموي من غير تخطيط سينتج إعلاماً غير قادر على أداء الوظائف المطلوبة، وإن امتلكت مؤسساته أحدث معدات التقنية الاتصالية من محطات إذاعة مسموعة ومرئية ومطابع واستوديوهات إنتاج وقدرة على الإرسال تمتد لساعات طويلة بكل اللغات وقدرة على شراء البرامج من حيثما توافرت وبأي الأسعار. إلا أن ذلك كله لن يكون قادراً على أداء وظائفه المطلوبة. لأن ذلك يكون بغياب خطة لإعلام تنموي يحقق الأهداف الوطنية المنشودة في تحويل المنجزات الكمية إلى منجزات نوعية، وفي تأمين وإنجاز البني الأساسية للبشرية .والتخطيط للاتصال مبدأ مركزي وأساسي لان موارد الاتصال مقارنة بالموارد الأخرى هي موارد مادية وبشرية ومن خلال عملية تنميتها تكمن أهميتها كنشاط اقتصادي وكوسيلة لمتابعة النشاطات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية، ولذا يمكن لوسائل الإعلام أن تستفيد من الأسلوب المخطط والمتكامل والذي يحتاج إلى إيجاد أساليب وبنى يمكنها ان تعزز أو تشجع هذا التكامل .

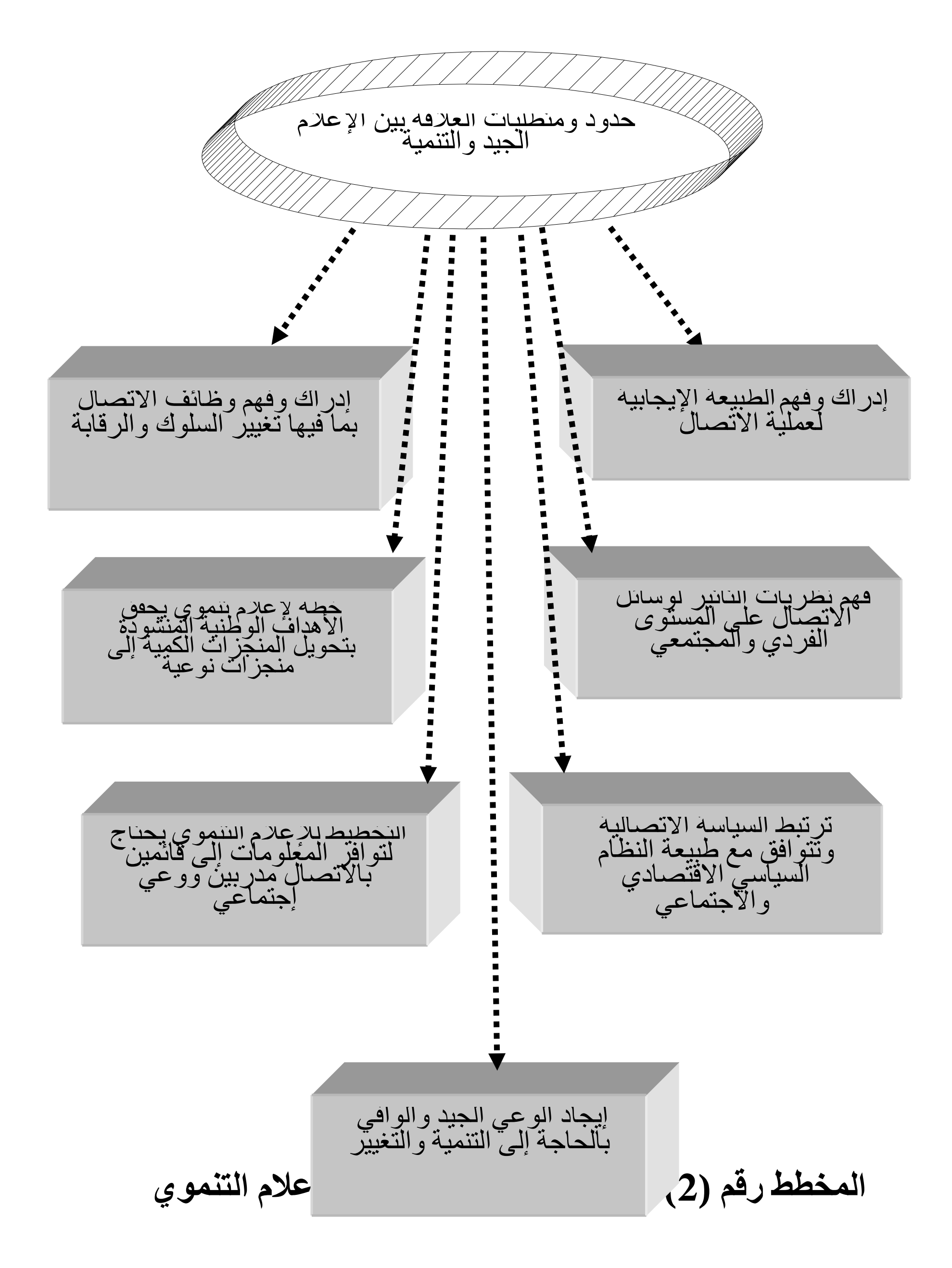
5. إن التخطيط للإعلام التنموي يحتاج إلى مقومات أساسية أولها توافر المعلومات والتي يمكن أن توفرها بحوث الاتصال، وتحتاج إلى قائمين بالاتصال مدربين وواعين لدور الإعلام ونظرياته و تأثيره وواعين لطبيعة الجمهور وحاجاته، وتحتاج كذلك إلى وعي اجتماعي بالظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ومراعاة المتغيرات التي يقع بعضها في دائرة المتغيرات الاتصالية من مرسل ، مستقبل ،رسالة ، جمهور وعناصر تشويش ورسائل منافسة

6. ترتبط السياسة الاتصالية وتتوافق مع طبيعة النظام السياسي، الاقتصادي والاجتماعي القائم في المجتمع، وتتعلق ببنية النظام وسياساته والتشريعات والقوانين والأنظمة، وبالواقع الطبقي والاقتصادي، وبالتقاليد والعادات وسلم القيم في المجتمع، وبالمرحلة التي قطعتها التنمية وبطبيعة الحال تتأثر بالتعددية والاعتراف المتبادل في المجتمع المدني .

7. إن التنمية هي قبل كل شئ تنمية بشرية وثقافية تستلزم إحداث تغييرات جوهرية في الفعل والسلوك في الآراء والاتجاهات والمعتقدات والقيم وطرق التفكير، مما يستلزم إيجاد الوعي الجيد والوافي بالحاجة إلى التنمية والتغيير ، و هناك إجماع على إن وسائل الإعلام بما تقدمه من معلومات تتيح الانفتاح على الدول المتقدمة و تهيئ على الأقل المناخ الصالح للتنمية والتغيير، ويرى علماء الاتصال انه بدون استثارة طموح

الأفراد وحثهم على الكفاح من اجل حياة أفضل فان التنمية تصبح مستحيلة، وكذلك تنجح وسائل الإعلام في إثارة الاهتمام وتركيز الانتباه على عادات وممارسات تقنية جديدة تساعد على إدراك الأفراد بالحاجة إلى تغيير بعض عاداتهم وأنماط سلوكهم ..

ويعكس المخطط التالي رقم (2) التالي تصوراً موجزاً لمتطلبات وحدود العلاقة بين الإعلام الجيد الفعال والتنمية.



المخطط رقم (2) ... علام التنموي

سادساً:وظائف الإعلام من وجهة النظر الغربية والإسلامية

1. وظائف الإعلام من وجهة النظر الغربية:

وتعتبر المدرسة الغربية أن الإعلام والاتصال هو من ابرز مكونات النظام السياسي المعاصر. وإن البعض ينظرون إلى النظام السياسي الغربي، والأمريكي على وجه التحديد، باعتباره شبكة من القنوات الاتصالية، وان النظم الفرعية أي وسائل الإعلام والأحزاب وجماعات الضغط والمصالح هي عبارة عن نظم اتصال مصغرة. كذلك فإنهم يرون إن الاتصال يلعب دورا كبيرا في إطار النظام السياسي ويقترحون تناول التنمية من خلال منطلق اتصالي يركز على ثلاث حقائق أساسية هي :

أ. إن الاتصال كعملية تتخلل السياسة كنشاط.

ب.كما ويمكن وصف جوانب الحياة السياسية كأنماط للاتصال.

ج. شمولية في عملية الاتصال ومرونة الإطار المرجعي لعلم السياسة .

وفي الوقت الذي تتدخل فيه الدول النامية، أو ما كان يطلق عليها العالم الثالث، تتدخل فيه حكوماتها بشكل مباشر في وسائل الإعلام، كما وتقوم بتحديد مسئولياتها، مما يؤثر سلباً على نوعية الرسائل الإعلامية والاختيارات المتاحة لوسائل الإعلام، وكذلك يؤثر ذلك على نوعية الطاقات البشرية المؤهلة لقيادة المؤسسات الإعلامية، ودورها في تكريس التبعية الثقافية و الإعلامية.

أما بالنسبة للعلاقة بين وسائل الإعلام وحكومات الدول النامية أبعاد العلاقة التي يحكمها قانون السيطرة شبه المطلقة من جانب الحكومات والتبعية من جانب وسائل الإعلام. وعلى هذا الأساس يمكننا تحديد ذلك بالآتي:

1. يكون تركيز كتاب الأعمدة والمقالات الصحفية على مشكلات ثانوية وفردية، والاعتماد على التوصيات القاصرة والمبتورة، مع التركيز على القيم الشخصية الفردية.

2. الأخبار والصفحات الخارجية، في معظم صحف الدول النامية، تعتمد على وكالات الأنباء الغربية، بنسبة كبيرة.

3. يكون تركيز صحف المرأة والطفل، والصحافة المتخصصة الأخرى، على القضايا والاهتمامات التقليدية والجانبية.

4. تطرح صحافة الدول النامية، بشكل أساس، المواقف الرسمية لحكوماتها تجاه القضايا الوطنية والقومية.

5. تعدد الدلالات الكمية التي تؤكد جوهر التبعية الثقافية والإعلامية من جانب الدول النامية للدول الغربية الرأسمالية، إلا إن أشدها خطورة هو ما يتعلق بمضمون الرسائل الإعلامية التي تبثها و سائل الإعلام الدولية.

6. إن ابرز ما يميز الرسائل الإعلامية هو انعدام العلاقة بين مضمون هذه المواد الإعلامية و بين الواقع الاجتماعي والثقافي السائد، وكذلك يتنافى مع طبيعة المشكلات التي تواجه شعوب تلك الدول، خصوصا التوجهات ذات الطابع الوطني في مجال التنمية .

ترويج الأفكار التبعية وتوجيه الوعي نحو النخب الحاكمة. من جانب آخر فإنه يعتقد البعض بإن الإعلام في الدول النامية قد قام بدور رئيسي في ترويج فكر التبعية، من جهة، وتوجيه الوعي السياسي والاجتماعي لصالح النخب الحاكمة في الداخل والخارج، من جهة أخرى.

ويسود الاعتقاد في الدول النامية انه يمكن كسر حلقة التخلف من خلال تشجيع تزايد الدخول الكبيرة على حساب العدالة الاجتماعية. وكذلك الاستعانة برؤوس الأموال الأجنبية في زيادة حجم الاستثمار على حساب الاستقلال الاقتصادي.

2. وظـــائف الإعـــلام من وجهة نظر دينية إسلامية:

حيث يمثل الإعلام مصدر قوة للسلطات المختلفة، حاكمة كانت أو غيرها. ويندرج الاهتمام بالإعلام كأحد هذه المصادر تحت قوله تعالى: "وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ". وهذا الإعداد يقصد به تحقيق الفوائد لمن يملك هذا الإعداد بامتلاك الوسائل الإعلامية، حيث يمكنه أن يوظفها لتحقيق أغراضه. وعلى أساس ما تقدم فإن للإعلام وظائف أساسية تتمثل في نقل المعارف والمعلومات والإسهام في الإقناع والترويج للأفكار لدمج المتلقي في الجماعة التي ينتمي إليها، كي يسهم فيها سياسياً واجتماعياً واقتصادياً. وتتمثل وظائف المؤسسات الإعلامية في التالي:

1. وظيفة إخبارية إعلامية: والتي هي عملية نقل المعلومات والأخبار على اختلافها. ومعنى الخبر في اللغة هو ما أتاك من نبأ عمن تستخبر، قال تعالى: "يَوْمَئِذٍ تُحَدِّثُ أَخْبَارَهَا".

وهو وصف أو تقرير دقيق غير متحيز للحقائق الهامة حول واقعة جديدة تهم القراء.

ومن مقومات الخبر: الصدق، والحق، والعلم، والخبرة، والبرهان، والأمانة وما شابه ذلك.

2. الوظيفة التعليمية، والتثقيفية، والترفيهية:يعد التعليم والتثقيف أحد أشكال الاتصال التي تهدف إلى تغيير سلوك الأفراد نحو قضية معينة؛ لتحقيق مزيد من التفاهم من أجل تلبية حاجات الإنسان.

ويعتبر الأثر التثقيفي لوسائل الإعلام في حياة الأفراد أكثر من الأثر التعليمي حيث تستحوذ المؤسسات التعليمية على الجزء الأكبر والأهم على خلاف الجانب التثقيفي الذي يمكن أن يكون للوسائل الإعلامية دور أكبر من حيث التأثير وكذلك الأمر في الترفيه.

3. الوظيفة الاجتماعية:وهي صيانة المجتمع وحمايته والقيام بواجب الإرشاد فيه بدعوته إلى الخير والإصلاح والرشاد، قال صلى الله عليه وسلم : (من رأى منكم منكراً فليغيره بيده فإن لم يستطيع فبلسانه فإن لم يستطع فبقلبه وذلك أضعف الإيمان)، فلابد لوسائل الإعلام من أن تغرس الفضيلة في نفوس الناس ودفعهم إلى انتهاج طريق القدوة الحسنة قال تعالى: "وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ".

فلابد من غرس الصدق والكرم والورع والحياء والحلم والتواضع ... إلخ.

وهذا يدفع الوسائل الإعلامية للتصادم مع الأهواء والشهوات والأمر بالمعروف النهي عن المنكر وتثبيت القيم والمبادئ السامية في نفوس الناس وبأداء هذه الوظيفة يمكن اللجوء إلى النقد البناء والدعوة إلى الوحدة والتعاون وتنمية المجتمع.

4. الوظيفة الإنسانية:رسالة الإسلام تحمل الرحمة للبشرية جميعاً ويتضح ذلك جلياً في قوله تعالى مخاطباً رسوله صلى الله عليه وسلم : "وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلاَّ رَحْمَةً لِلْعَالَمِينَ"، ومن مقتضيات هذه الرحمة أن تبذل وسائل الإعلام جهداً في تحقيق هذا الشعار يقول تعالى: "وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلاً مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحاً وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ".

فلابد أن تصحح البرامج على أسس علمية تحقق لها استجابة القيمة إذ لابد أن يطابق القول مقتضى الحال وذلك من خلال زرع القيم السامية.

- إبراز العالمية على أساس من الاخوة والمساواة بين البشر.
- إعطاء النموذج الأخلاقي الراقي الذي يحمله أصحاب الرسالة السامية.

- دحض الباطل بكل أشكاله وصوره.

فلابد للرسالة الإعلامية أن تراعي حال المخاطب وهذا ما خطه الرسول صلى الله عليه وسلم إلى ملك الروم قائلاً: "ومن محمد رسول الله صلى الله عليه وسلم إلى هرقل عظيم الروم سلام على من اتبع الهدى أما بعد فإنني أحمد إليك الله الذي لا إله إلا هو الملك القدوس السلام المؤمن المهيمن وأشهد أن عيسى بن مريم البتول الطيبة الحصينة فحملت بعيسى من روحه ونفخه كما خلق آدم بيده وأني أدعوك إلى الله وحده لا شريك له والموالاة إلى طاعته وأن تتبعني وتؤمن بالذي جاءني فإني رسول الله وإني أدعوك وجنودك إلى الله عز وجل وقد بلغت ونصحت فاقبلوا نصيحتي والسلام على من اتبع الهدى.

وتبرز الدلالة هنا في خطاب الرسول صلى الله عليه وسلم في عدم انتقاصه من قدر ملك الروم في قومه دون مخالفة، كما أظهر سمات مريم عليها السلام، وكان خطابه بالنصح لأولئك القوم من أجل دعوتهم.

سابعاً:مكونات وأركان الإعلام والاتصال

من المتعارف عليه في الإعلام أن عملية الاتصال التي يتكون منها الإعلام ترتبط بعدد من المكونات والأركان، يمكن أن نجملها بسبعة مكونات هي: مرسل الرسالة أو مصدرها، ثم الرسالة أو المحتوى، ثم الوسيلة أو قناة الاتصال، ثم المستقبل أو المتلقي، ثم تأثير الرسالة، ثم رجع الصدى أو رد الفعل، وأخيراً يضيف لها بعض الكتاب التشويش أو المؤثرات.

1. مصدر الرسالة أو المرسل Source or Sender :

حيث أنه يمثل الجهة أو الفرد الذي أنشأ الرسالة أو صنعها، وغالباً ما يقال لع المرسل. ولكن المرسل هذا قد يكون واحداً من عدة مكونات. فقد يكون فرداً، أو أن يكون مجموعة أفراد، أو أن يكون هيئة أو مؤسسة. وربما يكون المرسل هو صاحب الرسالة الإعلامية وصانعها، ولكن لا يشترط ذلك. فغالباً ما يكون مقدم البرامج والأخبار عبر الراديو والتلفزيون هو عبارة عن وسيط بين مصدر الرسالة والجهة، أو الجهات التي تستلم الرسالة والمضمون، فقارئ النشرة الإخبارية عبر الراديو أو التلفزيون لا يشترط به أن يكون مصدراً، بل ربما وكالة الأنباء، أو ناشر الخبر والمعلومات التي يقرأه مقدم الأخبار والبرامج.

ويتأثر مدى تأثير ونجاح عملية إرسال الرسالة على عوامل عدة، هي : القدرات والمهارات الإتصالية اللغوية والتعبيرية والمنطقية لدى الشخص القائم بإيصال محتوى الرسالة. ثم هنالك عامل آخر يتمثل في مستوى ومكانة القائم بالاتصال الوظيفية أو الاجتماعية. قم هنالك عامل آخر هو مدى معرفة المرسل بموضوع الرسالة وفحواها. وأخبراً طبيعة الهيكل والنظام الاجتماعي والثقافي الذي يعمل في إطاره المرسل إذا كان هو وسيطاً في تقديمه لمعلومات الرسالة الاتصالية وفحواها.

2. محتوى الرسالة أو المضمون Message or Content

ويتضمن المحتوى أو المضمون معاني وأفكار، وربما آراء، لها علاقة بموضوعات محددة، ويتم التعبير عن مثل تلك الأفكار والآراء عادة باللغة المتعارف عليه، والتي هي منطوقة أو رمزية غير منطزقة، كأن تكون صور ورسومات أو حركات للوجه والجسم وما شابه ذلك من الرموز المتعارف عليها في المجتمع. وعندما يتلقى المستقبل مثل تلك الرموز عادة يقوم باستيعابها وتفسيرها وتحويلها الى مغلومة أو معلومات مفهومة. وعلى هذا الأساس فإن أهمية الرسالة وفاعليتها تعتمد على فهمها وفهم موضوعها.

لذا فإنه لا بد من وجود فهم مشترك، ولغة مشتركة للرموز والدلالات التي يعتمد عليها في توصيل الرسالة وتأمين الإتصال المطلوب. لذا فإته ينبغي عدم لجوء المرسل إلى إرسال رسالته بغير اللغة المشتركة التي يفهمها جمهور المستقبلين. وهذا ما نلاحظه في نشرات الأخبار، حيث يقوم المرسل بسرد معلوماته أما عن طريق النطق أو الإشارات، فبواسطة الكلام والنطق باللغة العربية مثلاً تصل الرسالة إلى جمهور المستمعين والمشاهدين الطبيعيين، وبواسطة لغة الإشارات المصاحبة لمعظم نشرا أخبار التلفزيون مثلاً تصل الرسالة وفحواها إلى جمهور المحرومين من الإستقبال بواسطة حاسة السمع. فيشادون حركات اليد والجسم التي تكون المعبر والمترجم للكلام الذي يقدمه المذيع أو مقدم البرنامج.

لذا فإنه ينبغي أن تكون الرسالة الإعلامية واضحة المعالم، ومتكاملة، ومختصرة ما أمكن ذلك، بغرض تمكين المتلقين من فهمها واستيعابها.

3. وسيلة أو قناة الاتصال Channel or Mean

أما وسيلة الإتصال فهي الوسيط الذي من خلاله يتم نقل مضمون ومحتوى الرسالة، من المرسل إلى المستقبل أو إلى مجموعة المستقبلين. وتنقسم وسائل وقنوات الإتصال عادة إلى نوعين، هما:

أ. وسائل إتصال شخصية، كالهاتف والفاكس والتلغراف والرسائل الشخصية الأخرى. وكذلك الإتصال عبر شبكة الإنترنت، وبشكله الجماعي المشترك.

ب. وسائل إتصال جماهيرية، كالصحف والمجلات والكتب والإذاعة والتلفزيون، وكذلك الإنترنت الذي يمكن إعتباره وسيلة إتصال جماهيرية في استخداماته المشتركة العامة، وفي نفس الوقت يمكن أن يكون وسيلة شخصية في حالة إستخدام بريده الإلكتروني المقصور على مرسل واحد ومستلم واحد، أو المحادثة الفردية بين شخصين مثلاً.

من جانب آخر فإنه هنالك أنواع من الإتصال عبر وسائل الإتصال الممذكورة، هي:

أ. الإتصال المباشر: وهو الإتصال الذي لا يحتاج إلى وسيط، حيث يكون إتصالاً وجاهياً، أي مباشر وجهاً لوجه.

ب. إتصال غير مباشر عبر وسيط، أو وسيلة إتصال.

وكذلك يمكن أن يكون الإتصال مباشر بين شخص وأشخاص آخرين، ولكن عبر وسيط مساعد، مثل مكبر الصوت أو المايكرفون أو أية وسيلة

مساعدة أخرى. ويسمى هذا النوع من الإتصال بالإتصال الجماهيري، الذي يصل عادة إلى أعداد كبيرة من المتلقين والمستمعين للرسالة الإعلامية. وكثيراً ما يكون هذا النوع من الإتصال خالياً من رجع الصدى. إلا أنه يحاول الكثير من المشاركين في هذا النوع من الإتصال التغلب على هذا الجانب السلبي المتمثل بفقدان عنصر رجع الصدى، وذلك بتأمين مشاركة جمهور المتلقين والمستقبلين للرسالة الإعلامية من المشاركة والتحاور وتوجيه الإستفسارات أو النقد أو ما شابه ذلك من أنواع المشاركة ورجع الصدى.

4. المستقبل أو المتلقي Receiver:

ويتمثل المستقبل بالفرد أو الجماعة المتلقين أو المستقبلين للرسالة. وهم عادة الجهة أو الهدف النهائي والأساسي المطلوب في العملية الإتصالية والرسالة الإعلامية. لذا فإنه من الضروري أن يكون هنالك تصوراً واضحاً، من قبل المرسل، عن المتلقي أو جمهور المتلقين والمستقبلين للرسالة الإعلامية، من حيث طبيعتهم وخصائصهم العامة، خاصة إذا كان المرسل يتوقع طبيعة ردود الفعل ورجع الصدى، ويبني آمالاً محددة على رسالته الإعلامية.

ومن الجدير بالذكر أنه، وبتطور عملية الإتصال وبتطور دور الإعلام في المجتمع، أصبح بحسب ألف حساب لجمهور المستقبلين. وأصبح المستقبل أو المتلقي هو أهم حلقة في مونات الإعلام وعملية الإتصال. وعلى الرغم من أن العديد من ملامح المستقبلين هي معروفة عند المرسل إلا أن هنالك عدد من العوامل المؤثرة في المستقبل أو جمهور المستقبلين التي ينبغي أن تؤخذ في الإعتبار في الرسالة الإعلامية، مثل:

أ. الحالة النفسية للمستقبل أو المستقبلين،

ب. والحالة الإجتماعية،

ج. المستوى الثقافي والتعليمي،

د. الإتجاه الفكري أو السياسي،

5. مدى التأثر بالرسالة والتجاوب معها Effect

ونعني بها أهم التأثيرات والتغيرات التي تحدث نتيجة الإتصال، من خلال إذاعة وتقديم الأخبار، أو رسالة الترفيه والترويح عن النفس، أو محاولة الإقناع، أو تحسين الصورة، أو ما شابه ذلك. وتكون مثل تلك التأثيرات والتغيرات عادة إما ظاهرة وواضحة للمرسل، أو أنها تكون كامنة

تظهر نتائجها على المدى القريب أو المديات الأبعد. لذا فإننا نستطيع أن نقسم التأثير الذي يحدث نتيجة عملية الاتصال إلى ثلاثة أنواع هي:

أ. تأثير سريع وعاجل تظهر آثاره بشكل واضح عند المستقبل أو جمهور المستقبلين.

ب. تأثير متوسط تظهر آثاره لاحقاً، وعلى مدى ليس ببعيد.

ج. تأثير بعيد المدى لا يمكن ملاحظته إلا بعد فترة، خاصة ما يتعلق بموضوع تغيير الإتجاهات والميول والقيم.

6. رجع الصدى أو ردود الفعل Reaction

والمقصود بذلك هو ردود الفعل الآنية أو المستقبلية من قبل المستقبل للرسالة الإتصالية. وغالباً ما يكون رد الفعل يسير بأحد إتجاهين، هما:

أ. إتجاه إيجابي ارجع الصدى يشجع المرسل على الإستمرار بالإتصال والإرسال.

ب. إتجاه سلبي ارجع الصدى يتطلب التعديل في شكل الرسالة أو مضامينها.

ومن الممكن التمييز بين رجع الصدى، من جهة، وبين التأثير، من جهة أخرى، كون الأول، أي رجع الضدى يمكن رصده على المدى القريب والعاجل غالباً، وأحياناً على المدى المتوسط. ولكن التأثير ليس بالضرورة أن يكون سريعاً، وأنما غالباً ما يقاس بالمدى البعيد، أي أن هدفه يكون بالأساس التأثير في المستقبل أو مجموعة المستقبلين على المدى البعيد.

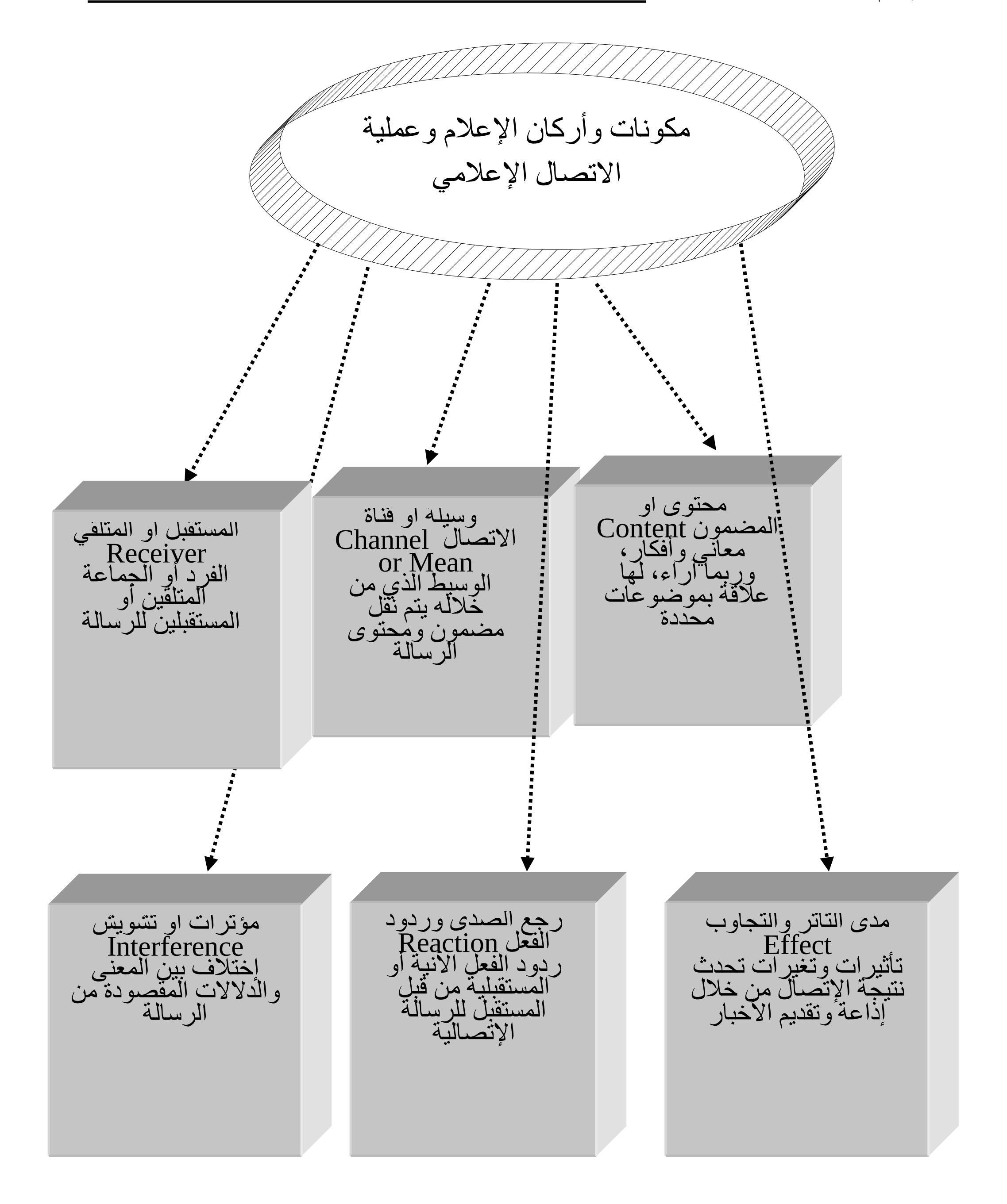
7. مؤثرات أو تشويش Interference

يكون هنالك أحياناً إختلاف بين المعنى والدلالات المقصودة من الرسالة الإعلامية أو الرسالة الإتصالية التي استلمها المستقبل، من جهة، وبين معناها والمقصود بها، كما أراده المرسل. أي أن هنالك تشويه أو عدم دقة ما بين الإرسال والإستقبال، نتيجة لعوامل مختلفة. وهنالك نوعان من التشويس، هما:

أ. تشويش يخص قناة الإتصال، ويسمى تشويش ميكانكي، يكون ناتجاً عن خلل ومشاكل في قناة الإتصال، سواء كان ذلك التشويس في الصورة، كما هو الحال في التلفزيون، أو في الصوت كما هو الحال في المذياع أو الراديو، وأحيانا التلفزيون أو اللاقطة الصوتي. كذلك فأن التشويش قد يأخذ شكل عدم وضوح الطباعة في الصحف والمجلات.

ب. تشويش يخص المرسل، ويسمى تشويش دلالي، يتمثل في فشل المرسل، أو بالأحرى عدم مقدرته عن التعبير عن فحوى رسالته باستخدام ما هو مطلوب من عبارات صحيحة ومفهومة لدى المتلقي.

ويعكس المخطط رقم (3) التالي تصوراً لمكونات الإعلام ومكونات عملية الإتصال.



مخطط رقم (3) مكونات وأركان الإعلام والإتصال

المصادر المعتمدة في الفصل

(1) أبو الحمـــام، عـــزام. الإعـــلام والمجتمـــع. (2011). عمـــــان، دار أســـــامة.
(2) بال، فرنسيس وجيرار إيميري (2001). وسائل الإعلام الجديدة. ترجمة فريد أنطونيوس. بيروت، عويدات للنشر والطباعة.
(3) البـدوي، محمـــد عــلي (2006) . دراســـــات ســوســـيو إعـــلاميـــة. بيــروت، دار النهضـــة العربيـــة،.
(4) دهبية، محمد محمود (2007) . الإعلام المعاصر. عمان، دار أجنادين.
(5) تعريف الإعلام. تاريخ الدخول إلى الموقع 24؟6؟2011. متاح في:
http://www.aljazeeratf.net/showthread.php?t=240
(6) عبد الرزاق ،إنتصار إبراهيم وصفد حسام الساموك (*2011*). الإعلام الجديد. بغداد، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة بغداد، الطبعة الألكترونية ، سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع.
(7) قنديلجي، عامر (2011). مصادر المعلومات الإعلامية. دار المسيرة.
(8) قنديلجي، عامر و ربحي عليان و إيمان السامرائي. (2009). مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية. عمان، دار اليازوري.
(9) محمد جاسم فلحي الموسوي. تاريخ الدخول إلى الموقع 24؟6؟2011. متاح في:
http://www.ao-academy.org/wesima_articles/library-20060523-456.html
(10) المراحل التي مر بها الإعلام. تاريخ الدخول إلى الموقع 24؟6؟2011. متاح في:
http://1987jordan.maktoobblog.com/867163
(11) وظائف وسائل الإعلام. تاريخ الدخول إلى الموقع 24؟6؟2011. متاح في:
http://kenanaonline.com/users/masscommunication/topics/72407/posts/142615
(12) هنية، مازن إسماعيل . تاريخ الدخول إلى الموقع 2011/6/24. متاح في:
http://www.drmazen.net/index.
(13) Sauza، Francis Lioyd. Definition of mass media.
تاريخ الدخول إلى الموقع 2011/6/24. متاح في:
http://EzineArticles.com/?expert=Francis_Lloyd_Sauza

الفصل الثاني

دور الإعلام وتاثيراته ونظرياته

أولاً: دور الإعلام المعاصر

- أهمية ودورالإعلام الجيد

ثانياً: الإعلام القاصر والإعتبارات التي ينبغي التركيز عليها

- الإعلام القاصر وغير الناجح

- إعتبارات ينبغي على الإعلام التركيز عليها

ثالثاً: تأثيرات الإعلام في الأفراد والمجتمعات

- عوامل تتحكم في تأثيرات وسائل الإعلام

رابعاً: النظريات الإعلامية

إعلام نظرية السلطة (الاستبدادية). إعلام النظرية الليبرالية. إعلام نظرية المسؤولية الاجتماعية. إعلام النظرية الماركسية. إعلام النظرية التنموية. إعلام نظرية المشاركة الديمقراطية. نظرية الإعلام الإسلامي.

خامساً: التحول الإعلامي في الدول النامية

المصادر المعتمدة في الفصل

أولاً: دور الإعـــلام المعاصـر

أهميـــة ودور الإعــلام الجيد:

يعتبر الإعلام أداة خطيرة، وإن أثر هذه الأداة ودورها لا يكاد يخفى، ولا يمكن له أن ينكر . وهذه الأداة، أي أداة الإعلام، لم تكن وليدة عصر من العصور، بل استخدمت منذ كان الإنسان، ولكن باختلاف في الوسائل فقط، لا في أصل الاستخدام . وإذا تساءلنا عن دور الإعلام في المجتمع، وما يستطيع أن يسهم به في بناء المجتمع وتطويره، فإن الإجابة على مثل هذا التساؤل أكبر وأوسع من أن تحتويه عبارة أو جملة محددة . حيث أن المجتمع يقوم أساساً على الاتصال بين أفراده وجماعاته . وكل اتصال بين البشر يحمل في ثناياه نوعاً أو آخر من الإعلام . وعلى ذلك فلا يمكن تخيل مجتمع بشري بدون إعلام، وهو أمر لم يستحدثه البشر وإنما حثتهم إليه فطرتهم، لأنهم جبلوا على التواصل والاجتماع والتعارف، وهذا كله يقود إلى مصطلح الإعلام.

وهكذا فإن التعطش الفطري، بل والتعطش المتواصل والمتجدد يحتاج إلى المعرفة والتعارف لدى الإنسان هو الذي أكسب التجمعات البشرية منذ القدم صفة المجتمعات وخصائصها، وهو أيضا ما حدا بالإنسان في كل العصور إلى تطوير وسائل الاتصال بينه وبين غيره، من قريب أو بعيد، حتى تطورت تلك الوسائل إلى ما نشهد الآن في العصر الحديث من وسائل إعلام متقدمة.

ومما لا شك فيه أن الإعلام في عصرنا الحاضر أصبح يمثل قوة كبرى لها أهميتها وخطرها وأثرها في بناء وتطوير المجتمعات البشرية المختلفة . ومن هنا يتضح الدور الكبير والخطير الذي يستطيع الإعلام أن يسهم به في تطوير المجتمع بشتى فئاته وقطاعاته، وحل مشكلاته، ومن ذلك ما يلي:

1. إيصال المواطن، إينما كان، بكل ما يربطه ويعنيه، في المجالات التي تتصل باهتماماته المختلفة . وكثيراً ما تكون إهتمامات المواطن غير محدودة، متزايدة ومتطورة . فقد إزدادت هموم المواطن المعاصر، وتشعبت إهتماماته الحياتية والمهنية . لذا فهو بأمس الحاجة إلى وسائل

الإعلام المتطورة المعاصرة التي يستطيع اللجزء إليها في تأمين إرتباطاته ومتابعة إهتمامته.

2. تناقل الخبرات وتنمية المهارات في مختلف مجالات النشاط الإنساني. فإستخدام وسائل الإعلام الحديثة المعاصر، كالإنترنت مثلاً يمكن أن يؤمن للمواطن تنمية وتطوير خبراته ومهاراته وتبادل المعلومات بشأنها ومتابعة كل ما هو جديد.

3. معاونة قطاعات الخدمات المختلفة في تأدية رسالتها، مثل قطاع الصحة، وقطاع التعليم، وقطاع الإنتاج، وغيرها من القطاعات التي يعتمد عليها المجتمع. فالإعلام المعاصر، بوسائله المستحدثة يستطيع أن يلعب دوراً مهماً في متابعة الخدمات التي يمكن أن تقدم للمواطن، بمختلف الإتجاهات. فهو يستطيع التعرف على أحدث المستجدات في المجال الصحي مثلاً. ويستطيع متابعة تطورات الخدمات التعليمية، بما في ذلك الحصول على شهادات إختصاص تعليمية، وأكمال التحصيل الدراسي عبر الإنترنت. وغير ذلك من الخدمات.

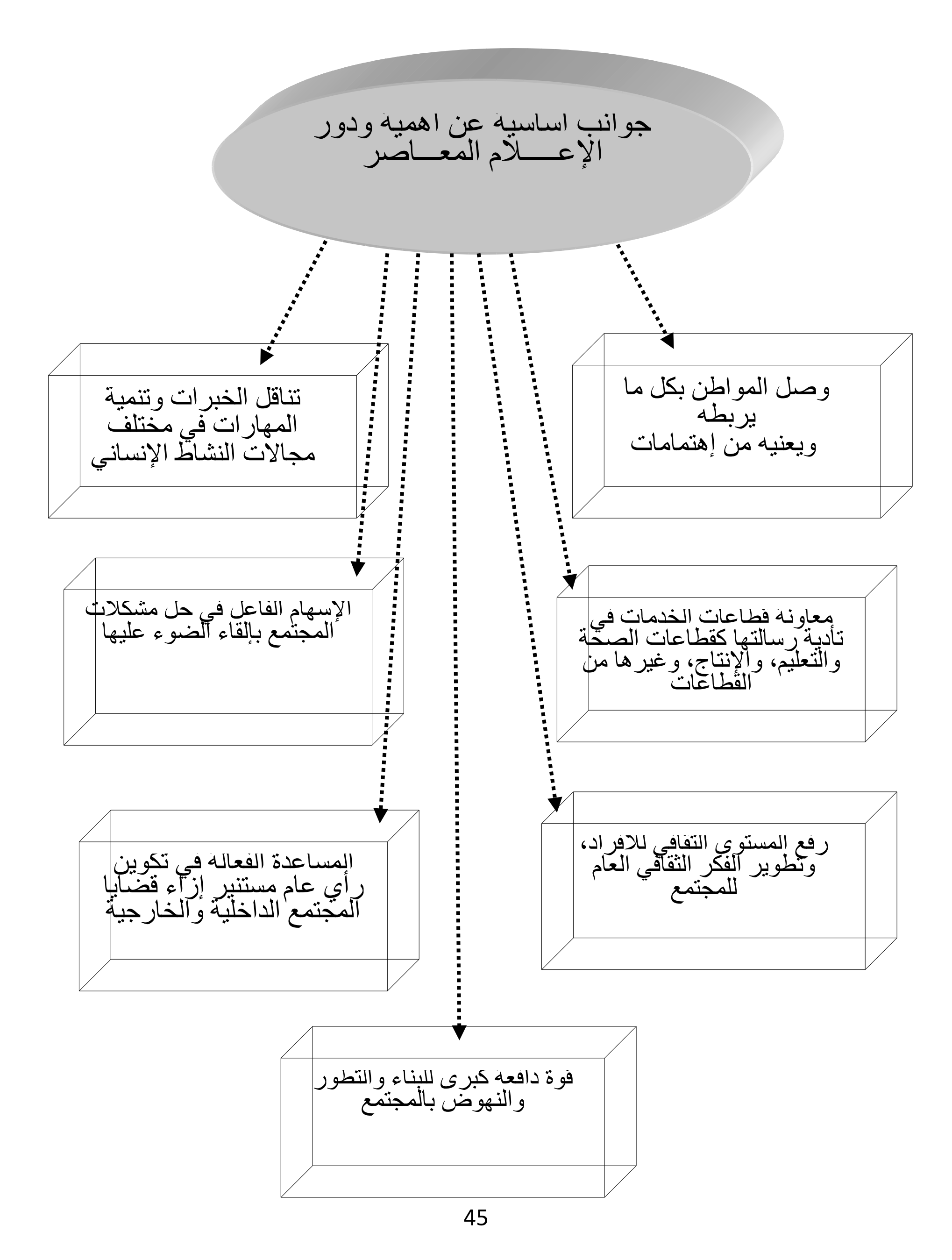
4. الإسهام الفاعل في حل مشكلات المجتمع بإلقاء الضوء عليها، والتوعية بها، واقتراح أفضل الحلول لمعالجتها. فهنالك العديد من البرامج الإذاعية والتلفزيونية التي تسهم في سماع هموم المواطن المعاصر ومعالجتها. فضلاً عن الخدمات التي يمكن أن تقدم عن طريق الإنترنت في هذا المجال.

5. رفع المستوى الثقافي للأفراد، وتطوير الفكر الثقافي العام للمجتمع، بما تقدمه وسائل الإعلام المعاصرة من خدمات وبرامج ثقافية متنوعة ومفيدة.

6. المساعدة الفعالة في تكوين الرأي العام المستنير إزاء قضايا المجتمع الداخلية والخارجية من خلال توفير المعلومات الصحيحة والكافية وعرض مختلف الآراء الواعية الصادقة، عن طريق وسائل الإعلام المعاصرة.

7. وهكذا فإن الإعلام، بعد أن استكمل مقوماته ووسائله الصحيحة، يستطيع أن يلعب دوراً في توجيه المجتمع، خاصة إذا ما أحسن استخدامه وتوجيهه في مجتمع ما، ليكون قوة دافعة كبرى للبناء والتطور والنهوض بالمجتمع، وفي كافة المجالات الحياتية.

ويعكس المخطط رقم (4) التالي تصوراً للدور الكبير للأهمية التي يمكن أن تدركها المجتمعات المعاصرة.



المخطط رقم (4) دور وأهمية الإعلام المعاصر

وهكذا نرى أنه لا يمكن فصل الإعلام عن أي من جوانب الحياة اليومية في المجتمع، ذلك أن الإعلام يحمل على عاتقه مهمة نقل وتطوير الإرث الحضاري والإرث الاجتماعي من جيل إلى جيل، وهي مهمة دائبة. ففي كل لحظة تتسابق وكالات الأنباء إلى الحصول على كل خبر جديد من أقصى الأرض إلى أقصاها، وينكبّ عليه الخبراء المختصون بالدرس والتحليل ثم تطيره وسائل الإعلام إلى جماهير الناس كتابةً وإذاعةً وصورة.

ومجمل القول، وعلى أساس ما تقدم، فإن الإعلام بالنسبة للمجتمع الإنساني المعاصر هو أشبه ما يكون بجامعة كبرى مفتوحة لها مناهجها اليومية المتجددة والمتغيرة مع الظروف والأحداث، والمتطورة بتطور الحاجات والاهتمامات، والمتسعة باتساع الوعي العام والنشاط العام للمجتمع.
كما أن الإعلام يمثل ساحة كبرى، يلتقي فيها أبناء المجتمع الواحد على اختلاف فئاتهم ومشاربهم .. يلتقون على الخبر الواحد والحدث الواحد، ويتعارفون على صعيد واحد رغم اختلاف اهتماماتهم وثقافاتهم، لكنهم رغم ذلك يتعارفون على الاهتمامات الأساسية والمشتركة بينهم، والتي تعنيهم كأبناء مجتمع واحد، ثم يتشعبون - كلّ إلى ما يهمه ويعنيه في تلك المأدبة اليومية المتجددة.

من جانب آخر فإن الإعلام يمثل مرآة المجتمع الكبرى، والتي يتطلع فيها الجميع ليرى بعضهم بعضًا، يتطلع فيها المواطن ليرى ويسمع الآخرين في مسيرة الحياة اليومية للمجتمع.

وهكذا يتضح لنا أن دور الإعلام في أي مجتمع بشري - دور عظيم وخطير، وهو في المجتمعات المعاصرة أشد أهمية وأكبر خطرًا، حيث تتعدد الاهتمامات وتتناقض الميول وتختلف الاتجاهات، وحيث يقوم الإعلام بهمة البناء ومهمة الحماية والوقاية والتصدي للغزو الفكري الخارجي في آن واحد.

ثانياً:الإعلام القاصر والإعتبارات التي ينبغي التركيز عليها

لإعلام القاصر وغير الناجح:

وعلى الجانب الآخر فإن الإعلام الذي يفشل في أداء دوره وتحقيق رسالته في المجتمع لا يقف أثره عند حد الفشل الذاتي، وإنما يتعدى ذلك إلى إحداث آثار سيئة في المجتمع - أدناها الشعور بالإحباط النفسي في الوجدان العام للمجتمع، وهذا ما يدفع الكثير من أفراد المجتمع إلى الإعراض عن

وسائل الإعلام، وعدم التجاوب أو اللامبالاة، ثم البحث والتطلع إلى مصادر إعلامية بديلة.

وعلى هذا الأساس نستطيع أن نميز بين نوعين أساسيين من الإعلام الفاشل في أداء دوره تجاه الفرد والمجتمه، وهما:

أولاً: الإعلام المتحيز:

وهو الإعلام الذي لا يعتمد على الحقائق المجردة ويجنح إلى الدعاية لمذهب سياسي أو خط معين عن طريق التلفيق والتزوير، ومثل هذا الإعلام سرعان ما يفقد ثقة الجماهير، وحتى إذا تضمن بعض الحقائق فإن الجماهير تنظر إليها بعين الريبة والشك والحذر.

ثانياً: الإعلام القاصر:

وهو إعلام يعتمد على الحقائق المجردة، ولكنه يفشل في تحقيق التأثير المطلوب بتلك الحقائق لدى الجمهور. وغالبًا ما يرجع ذلك إلى خطأ الأسلوب الإعلامي المستخدم.

وليس هنالك من شك في أن الخطورة الكبرى للإعلام لا تكون بقدر ما تكون الأثر السيئ حين يتخذ الإعلام وجهة غير بناءة، أو وجهة متجردة من المثل والقيم العليا. وهو ما نشهده في بعض المجتمعات الرأسمالية الغربية من تقوض البنيان الاجتماعي وتفشي الميل العدواني إلى الجريمة، وقد كان ذلك نتيجة مباشرة للإعلام المتحرر من القيم الخلقية وتعاليم الأديان السماوية، والذي لا يحده قيد في اندفاعه نحو تحقيق الكسب المادي في سباق الرأسمالية الطاحن المسعور.

وعلى أساس ما تقدم، وفي وخلاصة القول: فأن الإعلام سلاح ذو حدين هما:

أ. إذا أُحسن استخدامه وتوجيهه كان ركيزة تطور يجد فيه أفراد المجتمع ينبوع المعارف ومصدر التوجيه والإرشاد والتوعية فيما يواجهونه من مشكلات. كما يجدون فيه العون على تربية أبنائهم وإسعاد أسرهم وتحقيق انتمائهم إلى مجتمعهم.

ب. أما إذا اتخذ الإعلام تلك الوجهة التي تعتمد على الإثارة المجردة التي نشهدها في بعض المجتمعات الغربية فلا شك أنه يمثل أداة تخريب وانحلال، بالرغم من تطوره وتقدمه وفعاليته.

إعتبارات ينبغي على الإعلام التركيز عليها:

وعلى أساس ما تقدم فإنه من المتعارف عليه أن للإعلام دور أساس ومهم في أي مجتمع من مجتمعات العالم التي يعمل فيها ويتوجه إليها . ولذلك يذهب الكتاب إلى التركيز على عدد من الأدوار والاعتبارات التي ينبغي على الإعلام الوطني والقومي أخذها في الحسبان، والتركيز عليها، والتي يمكن أن نحددها بالآتي:

1. ينبغي على الإعلام التركيز على قضايا الساعة محلياً وإقليمياً وعالمياً، وتنوير أفراد المجتمع بالحقائق والأرقام المطلوبة عن الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي يمر بها الوطن وتمر بها الأمة والعالم.

2. تحديد وتشخيص الأولويات من المستجدات والأحداث، على المستوين الوطني المحلي والقومي، وتأمين طرحها والتعامل معها في ضوء أولوياتها في الأهمية.

3. توزيع مثل تلك الأولويات إلى عناوين رئيسية وأخرى فرعية، مناسبة ومؤثرة تعكس مثل تلك الأحداث والمستجدات، وطرق التعامل معها بحسب تسلسلها في الأهمية وقوة التأثير.

4. الربط الذكي والموضوعي بين مثل تلك المستجدات والأحداث، من جهة، وبين جذورها ومؤثراتها وسياقاتها السياسية والإجتماعية والإقتصادية، وبما يؤمن تنوير جمهور القراء وجمهور المشاهدين بحقيقة خلفيات وجذور مثل تلك المستجدات، وارتباطاتها بقوى وحركات أخرى، قد تكون معادية ومظللة.

5. التصدي للمواقف المعادية قومياً ووطنيا وفضح توجهاتها، وذلك من خلال تأمين خطط فعالة لفضح جوانب من الحرب النفسية، التي عادة ما ترافق الأحداث والمستجدات، وبما يؤمن مواجهة الإعلام المعادي والتصدي للحرب النفسية التي تنظمها وسائل الإعلام المعادية.

6. على وسائل الإعلام الوطنية والقومية أن تقوم بواجبها في تأمين الحصانة المطلوبة لأفراد المجتمع في مواجهة الظواهر المدانة، التي قد تأتي تحت مسميات إعلامية فضفاضة معاصرة.

7. بالإضافة إلى أخبار وقضايا الوطن والأمة على وسائل الإعلام إطلاع المواطنين من القراء والمشاهدين على ما يدور في العالم من أحداث

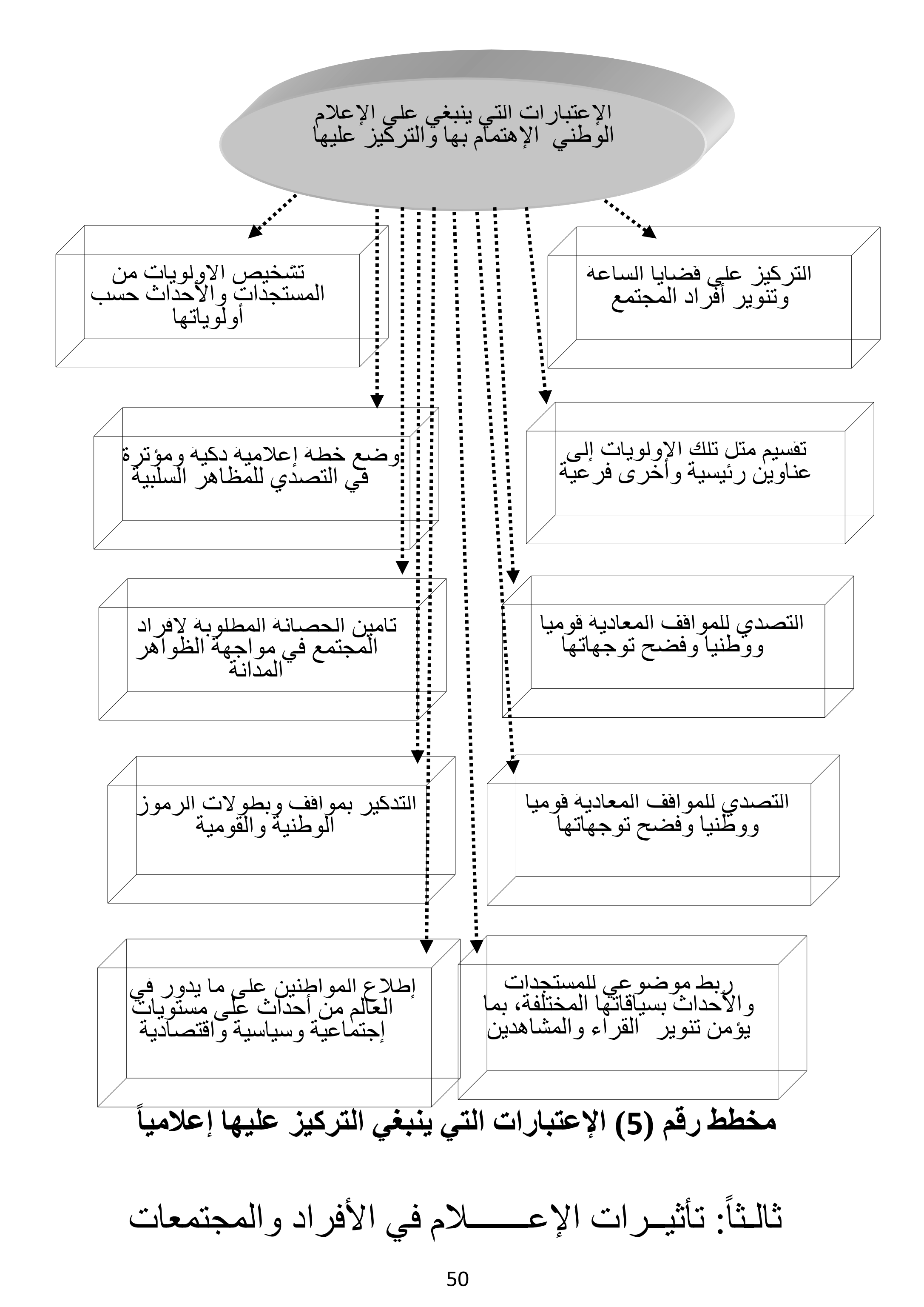
وتحركات على المستويات الإجتماعية والسياسية والاقتصادية لدى الشعوب والتجمعات الأخرى في العالم.

8. وضع خطة إعلامية ذكية ومؤثرة في التصدي للمظاهر السلبية، على كافة الصعد والمستويات، كظاهرة التدخين، والنزعات الإستهلاكية، والحوادث المرورية، وغيرها من المظاهر الإجتماعية والاقتصادية.

9. نشر الأخبار والدراسات التي تؤمن وتعزز تمسك القراء والمشاهدين بوطنهم وبمبادئه وقيمه التي تجمعت لديه عبر السنوات والأجيال.

10. ضرورة التذكير بمواقف وبطولات الرموز الوطنية والقومية وما قدموه للوطن والأمة العالم من تضحيات.

ويعكس المخطط رقم (5) التالي مثل هذه الأدوار والاعتبارات التي ينبغي الالتفات إليها.



مخطط رقم (5) الإعتبارات التي ينبغي التركيز عليها إعلامياً

ثالثاً: تأثيرات الإعــــلام في الأفراد والمجتمعات

إبتداءً لا بد من التأكيد عليه أولاً أن وسائل الإعلام تمثل الأداة التي تتم بها تغذية وتوصيل الرسالة الإعلامية. وهي، أي وسائل الإعلام القناة التي تحمل الرموز التي تحتويها الرسالة الإعلامية من المرسل إلى المستقبل. ففي أية عملية اتصال يقوم المرسل عادة بإختيار وتأمين وسيلة إعلام مناسبة لنقل رسالته. ووسيلة الإعلام هنا لا تقتصر على آلة أو جهاز ناقل للمعلومات الإعلامية فقط، بل يتمثل أيضاً في كل كيان وهيكل التواصل المكون للوسيلة. مثال ذلك إن الجريدة أو الصحيفة مثلا من دون مكوناتها المتمثلة بالمطبعة، والمنسق، والموزع ...الخ لا يمكن أن تستكمل صفة الوسيلة أو أن تعتبر وسيلة اتصال. وكذلك الحال بالنسبة للراديو أو المذياع وكافة جوانب متطلبات ومكملاته تشغيله. ومن جهة أخرى، قد يكون لوسائل الاتصال والإعلام معنى مزدوجاً عندما نشير إلى الطابع الوسيطي لوسائل الاتصال والإعلام مثل التلفزيون والراديو والصحافة...الخ.

من جانب آخر فان طبيعة أداة الإتصال أو الوسيلة هو جزء مهم من الرسالة الإعلامية، ولكنها ليست كل الرسالة. معنى ذلك إذا كان للرسالة الإعلامية ولخصائصها الذاتية، كصحيفة أو مذياع، أهمية كبيرة في التأثير على المستقبل، فانه قد يكون لوسيلة الرسالة، وكياناتها وهيكلها التكميلي، دور حاسم في ذلك، وقد يصل الأمر إلى أنه يكون لكل وسيلة إعلامية رسالتها الخاصة بها، على الرغم من الانطلاق من نفس الفكرة، ومن نفس المفهوم والهدف.

ومن المعروف أن العناصر التقليدية للإعلام والإتصال تبدأ بالمرسل، الذي هو صاحب الرسالة ومصدرها. وهو، أي المرسل، يمثل الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة سواء كانت تلك الجهة فرداً أو هيئة أو جماعة. ثم تنتهي عناصر الإعلام عادة بالمستقبل، الذي يمثل الجهة التي توجه لها هذه الرسالة، سواء كان ذلك المستقبل فرداً أو جماعة أو هيئة. كذلك فإن هنالك الوسيلة، التي تمثل قناة الاتصال التي تؤدى بها الرسالة الإعلامية دورها، سواء كانت هذه الوسيلة صحيفة أو إذاعة أو تلفزيون أو إنترنت، أو غير ذلك من الوسائل المتاحة. وأخيراً، وليس آخراً كما سنرى ذلك، فإن هنالك الرسالة والمضمون، اللذان يمثلان جوهر عملية الإتصال الذي تؤديه الوسيلة والمادة الإعلامية نفسها.

من جانب آخر فإنه على الرغم من الحديث المتكرر عن تأثير وسائل الإعلام والإتصال على الإفراد والمجتمعات، غلا أن مثل هذا الموضوع هو ليس على إطلاقه. فالتأثير يرتبط بعدد من العوامل الخارجية والداخلية. فالإنسان المستلم للرسالة الإعلامية، بشكل عام، هو ليس كائناً خامداً سلبياً

يلتقط كل ما يصل إليه من رسائل، ثم يأخذها على شكل مسلم به، ويتشرب بكل ما يلقي عليه أخبار ومعلومات.

عوامل تتحكم في تأثيرات وسائل الإعلام:

هنالك عدد من العوامل التي تتحكم في تأثير وسائل الإعلام، بمختلف أنواعها، يمكننا أن نحددها بالآتي:

1. عوامل تتحكم في مرسل الرسالة الإعلامية:

حيث أنه يمكن أن تتحكم في مرسل الرسالة عوامل عدة أهمها:

أ. الخبرة والمقدرة المتوفرة لدى مرسل الرسالة أو المادة الإعلامية: حيث أنه أنه كلما كان مرسل، أو صاحب الرسالة متمكناً أو متخصصاً أو خبيراً بالموضوع والقضية التي يعرضها ويتحدث عنها كلما كان تأثير الرسالة أكبر.

ب. مصداقية مرسل الرسالة الإعلامية: فقد يكون صاحب الرسالة خبيراً ومقتدراً إلا أنه معروف بالكذب في نقل وإرسال المعلومات، أو أنه مبالغ في ذلك، أو إن مصدر معلوماته مهزوز وضعيف. وعلى هذا الأساس فإنه كلما تميز مرسل الرسالة ومصدرها بالصدق كلما كانت رسالته مقبولة أو أنها أحرى بالقبول.

ت. التفرد والاحتكار للرسائل الإعلامية:فإنه في غياب الحرية الإعلامية، وتفرد جهة معينة بوسائل الإعلام، وكذلك تملكها لحق توجيه الرسائل الإعلامية التي تراها هي مناسبة، فأن مثل هذا التوجه سيكون خطيراً، وتكون عليه أكثر من علامة استفهام بالنسبة إلى مصداقية معلوماته ورسائله.

2. عوامل تتحكم في مضمون الرسالة الإعلامية:

وهذه العوامل يمكن أن تتحكم فيها عوامل أخرى مثل:

أ. طريقة العرض والمؤثرات الصوتية والتصويرية: **أي** الجانب الفني في طريقة عرض الرسالة: فبالنسبة للإعلام المرئي فإن هنالك مؤثرات مرئية وأخرى سمعية، كما وهنالك خدع سينمائية، وفنون إلكترونية، بواسطة الحاسوب تجعل المشاهد ينبهر بما يراه وينسجم معه. كما وإن هنالك استعانة وتدخل في هذا الأسلوب من قبل مختصين وخبراء في علم النفس وعلم الاجتماع، باستطاعتهم الخلط بين الخيال والحقيقة، وبذلك يصبح المشاهد مسحوراً ومذهولاً بما يراه.

ب. طريقة الصياغة: والمقصود بذلك الطريقة التي تم بها صياغة الرسالة الإعلامية. فأسلوب صياغة المادة المقدمة، سواء كان ذلك في صيغة التقرير الإخباري أو الفيلم السينمائي، فهذه كلها تخرج المشاهد بانطباع جيد ومؤثر وقوي، مما يجعله مؤمناً بالرسالة الإعلامية المصاغة في قالب فني راق،يوجه خطابه نحو العقل والعاطفة. ومن الممكن الإستعانة بالصياغة الإيحائية، وبطريقة غير مباشرة تقنع المستقبل.

ج. تكرار عرض الرسالة الإعلامية: حيث أن تكرار عرض رسالة معينة في وسائل الإعلام تثير عنصر الانتباه لديه ثم تتحول الرسالة مع التكرارات الواردة إلى معلومة يتفاعل معها لاحقاً سلباً أو إيجاباً. ومن الجدير بالذكر أن التكرار غالباً ما يكون بطرق ووسائل مختلفة وبضامين متغايرة أحياناً تؤدي نفس الغرض. ومن هذا المنطلق فقد أثبتت الدراسات أن تعرض الأطفال مثلاً لعدد من أفلام وقصص الجريمة والعنف يؤصل فيهم السلوكية العدوانية، وقد يتحول مثل هذا السلوك إلى واقع تطبيقي لاحقاً.

د. ارتباط مضمون الرسالة بقضايا عامة للجماهير: حيث أنه عندما يكون لدى أحد المجتمعات قضايا وطنية أساسية هي حديث الناس فإن لاهتمام الرسالة الإعلامية بها ومتابعتها تفصيلاً يلقى اهتماماً كبيراً من الناس.

4. العوامل التي تتحكم في بيئة مستقبل الرسالة ومكوناته: وعادة ما تتحكم فيها عوامل أخرى مثل:

أ. **نوعية الجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية:** فالأطفال مثلاً هم أكثر فئة من الناس تأثراً بوسائل الإعلام. ويليهم المراهقون، ثم النساء بشكل عام، ومن ثم الرجال. لذلك لا بد من الانتباه لنوع الجمهور عند تقديم الموضوعات المطروحة.

ب. **مستوى الفرد الاجتماعي: حيث أن** موقع الفرد في المجتمع، بالنسبة إلى مستوى المعيشة، والمستويات التعليمية، والوظيفية وغيرها كلها تؤثر في مدى تقبل الأفراد للمادة الإعلامية. فالفرد عموما يحاول أن يتقصى ويحاكي بشكل واقعي أدوار يراها في نفسه، وفي مركزه الاجتماعي، وفي موقعة السياسي.

ج. **مستوى الفرد الثقافي:** حيث أن تقبل الفرد للرسالة وفهمه لها قد لا يقتصر على مستواه الاجتماعي فحسب بل يتجاوز ذلك إلى ثقافته التي نشأ عليها، من جهة، والتربية التي تلقاها في صغره من جهة أخرى. فضلاً عن التوجيه الاجتماعي له من بيئته. كل هذه العوامل تسبب وجود

أسس وقواعد لدى الأفراد تسمح لهم إما أن يقبلو الرسالة الإعلامية أو أن يرفضوها.

د. **معتقدات الجمهور:** حيث يتقبل أفراد المجتمع عادة الرسائل الإعلامية الموجهة لهم، والتي هي قريبة ومتماشية مع معتقداتهم، ومنسجمة مع ما يؤمنون به من قيم. ومن جانب آخر يضعف تأثير الرسائل الإعلامية البعيدة عن واقع ومعتقدات أفراد المجتمع، حيث تكون مرفوضة إذا وجدوا بأنها تتعارض، بشكل مباشر، مع ما هم عليه من معتقدات.

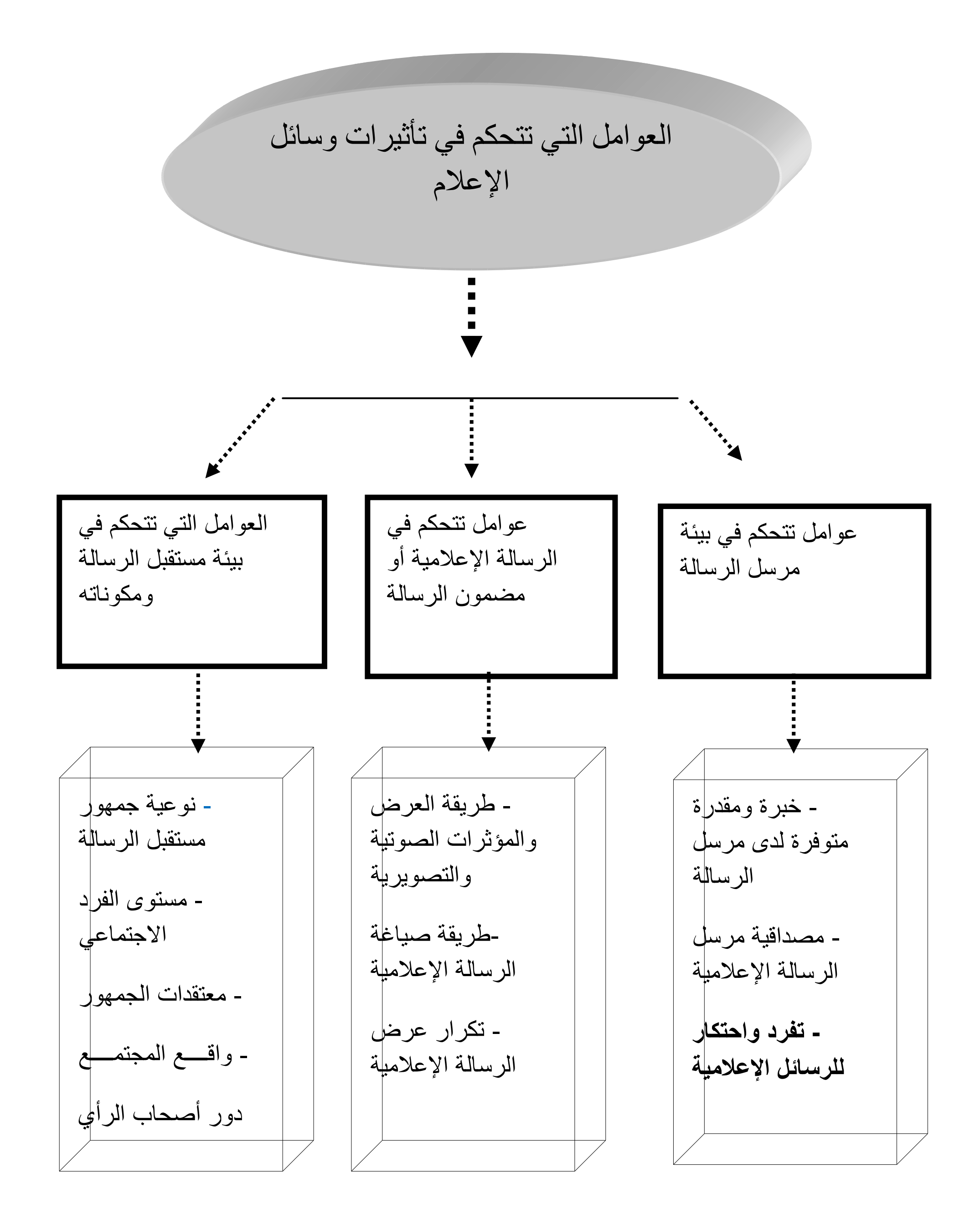
ومن هذا المنطلق وعلى أساسه يلجأ القائمون على الإعلام ووسائله إلى أسلوب التدرج في إختراق المعتقدات والأصول لدى مجتمع معين، إذا ما أرادو ذلك. فيبدأوا بمهاجمة معتقدات ذلك المجتمع أولاً، وبشكل متدرج، ليبدأوا من المعتقدات الأهم فالمهمة بغرض تهدميها حتى يصلوا في النهاية إلى أصول وقواعد المجتمع بغرض تدميرها. لذا يكون عامل التدرج، وعامل الزمن كفيل بقلب قيم المجنمع المعني وإحلال قيم ومعتقدات محلها، خاصة إذا ماتمت معالجة الموضوع بمضامين جذابة، وبوسائل محببة، ومن خلال مضمون متطور فنياً.

هـ. **واقـــع المجتمـــع:** حيث يؤثر الواقع السياسي أو اقتصادي أو اجتماعي للمجتمع على جدوى قبول الرسالة الإعلامية الموجهة له. فالرسالة الإعلامية عن الحرية السياسية وحرية التعبير وعن الديمقراطية، على سبيل المثال، يكون لها قبول واسع في المجتمعات التي تعاني من الدكتاتورية والاستبداد السياسي. وعلى هذا الأساس فإن مستوى قبول الرسالة لمجتمع ما يرتبط بشكل كبير بمديات الحرمان الذي يعانيه المجتمع من هذه القضية، خاصة إذا ما اقترن ذلك بتقديم نماذج وعينات من مجتمعات أخرى لا تعاني من الحرمان السياسي وحرية التعبير، بل وتتمتع بهامش جيد من الحريات السياسية.

و. **دور أصحاب الرأي في المجتمع:** تكون وسائل الإعلام مؤثرة في الناس، وبشكل جيد وواسع، عندما يساهم أصحاب الرأي البارزين، والمقبولين إجتماعياً، وفي قضايا مجتمعهم. وعندما يدلون فيها بأقوالهم ويساهمون بأفعالهم.

كذلك فإنهلإسهام بعض القنوات الإخبارية المعروفة في استضافة أشخاص ذوي رأي، وذوي مكانة، وتجعلهم يعلقون على أحداث وطنية وقومية معينة أو يعقبون على بعض الأحداث والوقائع ، مما يكون له أثر جيد في قبول الجماهير لآراءهم وتعليقاتهم.

ويمثل المخطط رقم (6) التالي رؤوس نقاط للعوامل التي لها دور وتتحكم في تأثيرات وسائل الإعلام المختلفة.



مخطط رقم (6) تصور للعوامل التي تتحكم في تأثيرات وسائل الإعلام

رابعــاً: النــظريــات الإعـــــلامية

هنالك عدد من النظريات الإعلامية ، أو كما يحلو للبعص تسميتها بالنظريات التي يستند إليها الإعلام، والتي كتب عنها كتاب ومنظروا علم الإعلام، نستطيع أن نحصرها بالآتي:

1. إعلام نظرية السلطة (الاستبدادية).
2. إعلام النظرية الليبرالية.
3. إعلام نظرية المسؤولية الاجتماعية.
4. إعلام النظرية الماركسية.
5. إعلام النظرية التنموية.
6. إعلام نظرية المشاركة الديمقراطية.
7. نظرية الإعلام الإسلامي.

وهذا ما سنفصل له في الصفحات القادمة من هذا الفصل:

1. إعلام نظرية السلطة (الاستبدادية) :

تقوم نظرية السلطة الإستبدادية **(Authority Theory)** أساساً على اداره المجتمع لمصلحه الشعب، وكما يرى ويقدر ذلك فرد أو فئة . ومن الفلاسفة الذين دافعوا عن هذه النظرية كل من أفلاطون، وميكافيللي، وتوماس هوبز. ومن هذا المنطلق فانه وفق هذه النظرية فإن السلطة الحاكمة تقوم على اداره الإعلام، لمصلحه الشعب، وكما يقدرها فرد واحد (حاكم عادة) أو فئة (حاكمة). كما وإنه بموجب هذه النظرية فإن هنالك تبريرات للقرارات التي تصدرها السلطة . وعلى هذا الإساس يتم احتكار وسائل الإعلام . فتقوم الحكومة أو السلطة الحاكمة بما يأتي:

أ. مراقبة ما يتم نشره في وسائل الإعلام.

ب. يحظر على وسائل الإعلام نقد القرارات التي تصدرها السلطة الحاكمة.

ج. وعلى الرغم من السماح للقطاع الخاص بامتلاك بعض وسائل الإعلام إلا انه ينبغي أن تظل وسائل إعلامه خاضعة للسلطة الحاكمة.

ومن البديهيات والأفكار الأساسية في هذه النظرية أن الشخص الذي يعمل في وسائل الإعلام، يعمل بها كامتياز منحته إياه السلطة، لذا فإنه يتعين عليه أن يكون ملتزما أمام هذه السلطة الحاكمة فقط.وينسب الكتاب مثل هذه النظرية إبتداءً إلى تجربة كل من هتلر وفرانكو، كتجربة أوروبية معروفة تاريخياً.

وقد اهتمت هذه النظرية بوضع ضوابط للعملية الاتصالية والاعلاميه لضمان تحقيق ما تسميه بمصلحه الشعب.إلا أن تحديد مثل هذه المصلحة يكون عادة بواسطة فرد أو فئة انتهى بها إلى أن تصبح مجرد تبرير فكرى لإنفراد وللاستبداد اى فرد (حاكم) أو فئة حاكمة بالسلطة دون الجماعة، وإلغاء دور الإعلام في التطور الاجتماعي ومتابعة المشاكل التي يطرحها الواقع، وكذلك الحلول التي تراها لهذه المشاكل وفق مصلحة الشعب والمجتمع.

2. إعلام النظرية الليبرالية:

الليبرالية أو الحرية ونظريتها **(Freedom Theory)** تستند عادة إلي فكرة ما يسمى بالقانون الطبيعي، وهى ككل الأفكار الغربية، والاوربيه على وجه التحديد، والمتأثرة بجذور في الفلسفة اليونانية، التي في مضمونها هو أن مصلحه المجتمع ككل تتحقق عادة من خلال عمل كل فرد فيه، وعلى تحقيق مصلحته الخاصة هو. وعلى هذا الأساس فقد ترتب على هذا ما يأتي:

1. أن أفضل الطرق لتحقيق الصالح الاجتماعي، وهو أن تكف الدولة، ممثل ذلك المجتمع، عن التدخل في المحاولات الفردية لتغيير الواقع.
2. وان تبقى الدولة في إطار وحدود وظيفتها الطبيعية، التي هى حراسه القانون الطبيعي من أيه محاولات لتعويق فعاليته، بان توفر لأفراد المجتمع الأمن الداخلي والخارجي.
3. وكذلك تنفيذ ما يصل إليه الناس بإرادتهم.
4. وابتكر مفكرو الليبرالية نظم وأشكال فنيه لضمان شرعيه القانون أو سيادة القانون كما في المفهوم الليبرالي، اى منع تدخل الدولة في الحرية الفردية منها رقابه الراى العام بإطلاق حرية الراى وحرية الإعلام.

وبناءا على كل هذا فإنه ترى هذه النظرية أن الفرد يجب أن يكون حرا في نشر ما يعتقد انه صحيحا عبر وسائل الإعلام، وترفض هذه النظرية الرقابة أو مصادرة الفكر.

كذلك فإنه من أهداف نظرية الحرية تحقيق الربح المادي من خلال الإعلان والترفيه والدعاية. إلا أن الهدف الأساسي لوجود وسائل الإعلام هو مراقبة الحكومة وأنشطتها المختلفة. كما ويمبغي منع الدولة من التدخل في وسائل الإعلام.

أما كيفية إشراف وسائل الإعلام في ظل نظرية الحرية فيتم من خلال عملية التصحيح الذاتي للحقيقة في سوق حرة بواسطة اللجوء إلى القضاء والمحاكم.

لذا فإنه تتميز هذه النظرية أن وسائل الإعلام وسيلة تراقب أعمال وممارسات أصحاب النفوذ والقوة في المجتمع.

من جانب آخر فإن هذه النظرية تدعو إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس بدون قيود من خلال جمع ونشر وإذاعة هذه المعلومات عبر وسائل الإعلام كحق مشروع للجميع.

وعلى أساس ما تقدم فقد عملت هذه النظرية على إلغاء القيود المفروضة على الإعلام وعلى العمليات الاتصالية المرافقة له، وذلك بهدف ضمان رقابه الراى العام على الحكومة.ولكن هذه النظرية، من جانب آخر لم تحدد للناس ماذا يفعلون بالحرية الاعلاميه، مما أدى إلى ظهور عدد من المعوقات والسلبيات عند التطبيق والتي من أهمها ما يأتي:

أ. تحولت أجهزه الإعلام إلى مؤسسات رأسماليه، تستهدف الربح، وتقيم نجاحاتها بقدر ما تقترب من احتكار القراء والمستمعين والمشاهدين.

ب. وتقضى على غيرها في سوق المنافسة وتبذل قدرا كبيرا مما تنشره أو تذيعه لمجرد إغراء القراء والمستمعين بشرائها، وتتوسل إلى ذلك باحدث ما يغرى غرائز القراء والمشاهدين والمستمغين.

ج. هي توجه وعي الناس عن المشكلات الحقيقية عن طريق توجيه وإغراق انتباههم في مشكلات حياتية ووقتية كثيراً ما تكون زائفة.

د. منحت أجهزه الإعلام حق التلفيق والكذب أحياناً، بوسائل فنيه وذكية شتى. لذا فإنه تستر الليبرالية حرية الراى بحريه الكذب، وينتهي الأمر بان تكون معرفه الناس بواقعهم الاجتماعي ومشكلاته تحت رحمه قله من

الأفراد يقدمون إليهم الأخبار على الوجه الذي يريدونه ليتحكموا في أرائهم ومواقفهم.

3. إعلام نظرية المسؤولية الاجتماعية:

ظهرت هذه نظرية المسؤولية الإجتماعية **Social Responsibility Theory** بعد الحرب العالمية الثانية، وتحديداً في الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك كرد فعل على سلبيات نظرية الحرية، والتتمثل هذه الأخيرة، في سوء استخدام مفهوم الحرية، و الإفراط في حرية الفرد على حساب مصلحة المجتمع . أي المبالغة في منح الفرد الحق في التحرر من أي مسؤولية اجتماعية، أو قيمة أخلاقية. وعلى هذا الأساس فإنها تحول الإعلام إلى سلعة أو صناعة يكون هدفها الربح فقط.

من جانب آخر ترى نظرية المسؤولية الاجتماعية أن للفرد حق، وللمجتمع حقوق. حيث أن المجتمع نفسه هو عبارة عن مجموع أفراد لهم حقوقهم، . وإن هؤلاء الأفراد هم ينخرطون في الوقت نفسه، في تنظيمات ومؤسسات اجتماعية، تسعى لخدمة الصالح العام. وتحتاج مثل تلك التنظيمات والمؤسسات إلى حماية من سيطرة ونزوات الأفراد، وتسلط رغباتهم الفردية على المستوى الإعلامي. وعلى هذا الأساس فقد سعت نظرية المسؤولية الاجتماعية إلى الحد من تحكم الطموحات والرغبات والآراء الشخصية.

ولغرض تحقيق التوازن بين حرية التعبير، ومصلحة المجتمع، فقد كانت نقطة إنطلاق هذه النظرية هي أن حرية الفرد تنتهي حيث تبدأ حقوق الآخرين. وهي تبدو معادلة دقيقة. حيث أن الشعور بالمسؤولية الاجتماعية، هو الذي يحققها. فمن الناحية الإعلامية ف أننا نجد الآتي:

أ. إن المؤسسة الإعلامية تضطلع بمهام ووظائف اجتماعية جوهرية في حياة الناس.

ب. إن المؤسسة الإعلامية لها دور تربوي وتثقيفي.

ج. إن المؤسسة الإعلامية ليست مجرد منبر لفرد، أو لمجموعة أفراد، يمارسون من خلاله رغباتهم، عبر سطوة رأس المال.

د. يرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، وذلك ينعكس على الإعلام ومؤسساته.

وعلى هذا الأساس فإنه يبدو أنه من خلال هذه النظريةفإن المؤسسات

ال'لامية تقزم بممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية. وقد ظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيبا على آداب المهنة وذلك بعد أن استُخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة مما أدى إلى إساءة الحرية أو مفهوم الحرية . لذا فإنه ينبغي على وسائل الإعلام أن تقبل القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، . وإنه يمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل:

1. الصدق والمصداقية.
2. الموضوعية.
3. التوازن والدقة.
4. يجب أن تكون وسائل الإعلام تعددية تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع من خلال إتاحة الفرصة للجميع من خلال النشر والعرض.
5. ويجب على وسائل الإعلام في إطار قبولها لهذه الالتزامات أن تتولى تنظيم أمورها ذاتيا في إطار القانون والمؤسسات القائمة.

وعلى أساس ما تقدم من نقاط فأن أفراد المجتمع المعني وللجمهور العام لهم الحق في أن يتوقعوا من وسائل الإعلام مستويات أداء عليا. وان التدخل في شؤون وسائل الإعلام يمكن أن يكون مبرره هو تحقيق هذه المصلحة العامة، أولاً. أضف إلى ذلك أن الإعلاميين في وسائل الإعلام والاتصال ينبغي أن يكونوا مسئولين أمام المجتمع بالإضافة إلى مسؤولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية.

ومن المتوقع أن تهدف هذه النظرية إلى رفع مستوى التناقض والتصادم إلى مستوى النقاش الموضوعي البعيد عن الانفعال. كما تهدف هذه النظرية إلى الإعلام والترفيه والحصول على الربح إلى جانب الأهداف الاجتماعية الأخرى.

لذا فإنه بإمكان القطاعين العام والخاص أن يمتلكوا وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية ولكنها تشجع القطاع الخاص على امتلاك وسائل الإعلام.

وأخيراً فإنه هدفت النظرية إلى تحقيق التوازن بين مصلحه الفرد ومصلحه المجتمع وبيان الوظيفة الاجتماعية للإعلام. ولكنها تتصفت بالغموض في كيفيه تطبيق هذه المبادىء في واقع الحال الذي تعيشه المجتمعات المختلفة.

4. إعـــلام النـــظرية الماركســـــية:

تستند النظرية الماركسية (السوفيتية)، والفلسفة الماركسية نفسها أساساً إلى المادية الجدلية، التي تقوم على أساس أن المادة وحدها هي الوجود الحقيقي، وأما الفكر فإنه مجرد انعكاس لحركة المادة نفسها، وليس له اى وجود حقيقي. كذلك فان حركة المادة هي عبارة عن تطور من خلال صراع المتناقضات. وعموماً فإن مفكر النظرية الماركسية، لينين كان فد حدد اختصاصات الصحافة وأهدافها بالآتي :

أ. تأمين زيادة نجاح واستمرارية النظام الاشتراكي (الماركسي) ، وبوجه خاص دكتاتورية الحزب الشيوعي.

ب. يكون حق استخدام وسائل وقنوات الاتصال لأعضاء الحزب الشيوعي والموالين أكثر من الأعضاء الآخرين المعتدلين.

ج.تخضع وسائل الإعلام للرقابة الصارمة.

د. ينبغي أن تقدم وسائل الإعلام رؤية كاملة للمجتمع والعالم، طبقا للمبادئ الشيوعية ووجود قوانين موضوعية تحكم التاريخ.

هـ. إن الحزب الشيوعي هو الذي يحق له امتلاك وإدارة وسائل الإعلام من أجل تطويعها لخدمة الشيوعية والاشتراكية الماركسية.

وعلى أساس ما تقدم فقد اهتمت النظرية الماركسية بالربط بين العامل الاقتصادي والحرية الاعلاميه.ولكنها انتهت إلى شكل من أشكال نظرية السلطة، حيث أنها تقوم على ادارة المجتمع والهيمنة عليه ككل، وبالتالي توجيه وسائل الإعلام والإتصال لما يسمونه بصالح الطبقة العاملة، وكما يقدره فرد، أي الحاكم، أو فئة محدودة، هي الحزب الشيوعي. ويتم ذلك من خلال منطلق فلسفي مادي ، وبالتالي فان أوجه النقد التي وجهت إليها كان أهمها هو تكريس الاستبداد.

5. إعلام النظرية التنموية:

في ضوء خصوصية وإختلاف ظروف الدول النامية، التي ظهرت للوجود في منتصف القرن الماضي، ومنها العديد من الدول العربية، عن الدول المتقدمة من حيث الإمكانيات المادية والاجتماعية ، فإنه كان لابد لهذه الدول من نموذج إعلامي يختلف عن النظريات الغربية، من جهة، والدول التي سارت على التهج الماركسي. خيث أنه ينبغي أن يناسب هذا النموذج أو هذه النظرية، إن صح التعبير، مع الأوضاع القائمة في المجتمعات النامية.

وهكذا ظهرت ما إتفق عليه العديد من الإعلاميين والسياسييت بالنظرية التنموية، وذلك في عقد الثمانينات.

وتقوم النظرية التنموية على الأفكار والآراء والأوضاع المتشابهة في دول العالم الثالث، التي تحد من إمكانية تطبيق نظريات الإعلام التي أشرنا إليها في السابق، وذلك لغياب العوامل الأساسية للاتصال، والتي من أهمها:

أ. المهارات المهنية.

ب. المواد الثقافية

ج.الجمهور المتاح.

إن المبادئ والأفكار التي تضمنت النظرية التنموية هذه تعارض التبعية وسياسة الهيمنة الخارجية. كما أنها تعمل على تأكيد الهوية الوطنية والسيادة القومية والخصوصية الثقافية للمجتمعات في الدول النامية. وعلى الرغم من أن هذه النظرية لا تسمح إلا بقدر قليل من الديمقراطية حسب الظرف السائدة إلا أنها في نفس الوقت تفرض التعاون وتدعو إلى تظافر الجهود بين مختلف القطاعات لتحقيق الأهداف التنموية.

ولا بد من الإشارة هنا إلى أن النظرية التنموية تكتسب وجودها المستقل من نظريات الإعلام الأخرى، من اعترافها وقبولها للتنمية الشاملة والتغيير الاجتماعي .وعموماً فإنه تتلخص أفكار هذه النظرية في النقاط التالية:

1. إن وسائل الإعلام يجب أن تقبل تنفيذ المهام التنموية بما يتفق مع السياسة الوطنية القائمة.

2. إن حرية وسائل الإعلام ينبغي أن تخضع للقيود التي تفرضها الأوليات التنموية والاحتياجات الاقتصادية للمجتمع.

3. يجب أن تعطي وسائل الإعلام أولوية للثقافة الوطنية واللغة الوطنية في محتوى ما تقدمه.

4. أن وسائل الإعلام مدعوة في إعطاء أولوية فيما تقدمه من أفكار ومعلومات لتلك الدول النامية الأخرى القريبة جغرافيا وسياسيا وثقافيا.

5. أن الصحفيين والإعلاميين في وسائل الاتصال لهم الحرية في جمع وتوزيع المعلومات والأخبار.

6. إن للدولة الحق في مراقبة وتنفيذ أنشطة وسائل الإعلام واستخدام الرقابة خدمة للأهداف التنموية.

7. وأخيراً وعلى أساس ما تقدم لفإن النظرية التنموية هذه اهتمت بربط الإعلام بالواقع، وبيان دور الإعلام في التحرر من التبعية وتأكيد الهوية القومية، والتأكيد على أهميه دور الدولة في العملية الاعلاميه.

8. إلا أن هذه النظرية، وبحجه الاولويات التنموية للدول النامية، كانت قد مهدت الطريق للاستبداد الذي هو معوق كبير للتنمية ذاتها، وكما اثبت واقع الحال في العديد من الدول النامية.

6. إعلام نظرية المشاركة الديمقراطية:

لقد برزت نظرية المشاركة الديمقراطية هذه من واقع الخبرة العملية، وذلك كاتجاه إيجابي نحو ضرورة وجود أشكال جديدة في تنظيم وسائل الإعلام. وقد قامت نظرية المشاركة الديمقراطية هذه كرد فعل مضاد للطابع التجاري والاحتكاري لوسائل الإعلام المملوكة ملكية خاصة. كما وأنها ردا على مركزية مؤسسات الإذاعة العامة المستندة على معيار المسؤولية الاجتماعية. وتنتشر نظرية المشاركة الإجتماعية هذه بشكل خاص في عدد من الدول الرأسمالية.

لذا فإن العديد من الدول الأوروبية، التي اختارت نظام الإذاعة العامة بديلا عن النموذج التجاري الأمريكي، كانت تتوقع قدرة الإذاعة العامة على تحسين الأوضاع الاجتماعية والممارسة العاجلة للإعلام. ولكن الممارسة الفعلية لوسائل الإعلام أدت إلى حالة من الإحباط وخيبة الأمل بسبب إستجابة بعض منظمات الإذاعة والتلفزيون العامة للضغوط السياسية والاقتصادية، من جهة، ولمراكز القوى في المجتمع كالأحزاب السياسية ورجال المال ورجال الفكر، من جهة ثانية.

وترى هذه النظرية أن نظرية الصحافة الحرة، أو نظرية الحرية فاشلة بسبب خضوعها لاعتبارات السوق التي تجردها أو تفرغها من محتواها. كذلك فهب ترى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية، هي الأخرى، غير ملائمة بسبب ارتباطها بمركزية الدولة.

وهكذا فإن أهم توجهات نظرية المشاركة الديمقراطية تتركز في الآتي:

أ. النقطة الأساسية في نظرية المشاركة الديمقراطية تكمن في الاحتياجات والمصالح والآمال للجمهور الذي يستقبل وسائل الإعلام.

ب. تركز النظرية على اختيار وتقديم المعلومات المناسبة وحق المواطن في استخدام وسائل الاتصال من أجل التفاعل والمشاركة على نطاق صغير في منطقته ومجتمعه.

ج. وترفض هذه النظرية المركزية أو سيطرة الحكومة على وسائل الإعلام ولكنها تشجع التعددية والمحلية والتفاعل بين المرسل والمستقبل والاتصال الأفقي الذي يشمل كل مسؤوليات المجتمع.

د. أن وسائل الإعلام التي تقوم في ظل هذه النظرية سوف تهتم أكثر بالحياة الاجتماعية وتخضع للسيطرة المباشرة من جمهورها، وتقد فرصا للمشاركة على أسس يحددها الجمهور بدلا من المسيطرين عليها.

وعلى أساس ما تقدم فقد اهتمت النظرية بنقد المفهوم الليبرالي للديمقراطية و الحرية الاعلاميه وتجاهله للأقليات ومشاكلها . إلا أنها من الجانب الآخر ألغت دور الدولة في أداره العملية الاعلاميه ،وبهذا إقتربت كثيراًمن النظرية الليبرالية.

7. نظرية الإعلام الإسلامي:

إبتداءً، ومن خلال الكتابات المعاصر، نستطيع أن نميز بين إتجاهين في موضوع الإعلام الإسلامي، هما الإتجاه التقليدي، والإتجاه التجديدي.

فإتجاه الإعلام الأسلامي التقليدي : يقوم على أن تحقيق التقدم الحضاري المجتمعات المسلمة يكون بالعودة إلى الماضي والعزلة عن المجتمعات المعاصرة، والاكتفاء باجتهادات العلماء المسلمين. وكذلك الرفض المطلق لإسهامات المجتمعات الغربية المعاصرة في مجال الإعلام دون تمييز بين مجالاته المختلفة.

وأما من ناحية عمليه تأصيل الإعلام، طبقا للموقف التقليدي، فإن التصور الاسلامى للإعلام والتأكيد على أهميه وضع ضوابط اخلاقيه للعملية الاعلاميه.

وكذلك الخلط بين الدعوة الاسلاميه والأعلام الاسلامى بدلاً من التمييز بينهما، ومع تجاهل باقي وظائف الإعلام، كالترفيه وتنميه العلاقات الاجتماعية.

فضلاً عن تقديم المادة الإعلامية في قوالب ثابتة، لا تتعدى الحديث أو الجوار الإذاعي والتليفزيوني. وكذلك المعالجة التقليدية للقضايا، وضعف عناصر إثارة اهتمام المتلقي وتشويقه لمواد الإعلام الإسلامي .

أم الموقف التجديدى فيقوم على أساس أن تحقيق التقدم الحضاري للمجتمعات المسلمة يتم باستيعاب كل التوجهات التي لا تتناقض مع أصول الإسلام، والتي تمثل الهيكل الحضاري للمجتمعات المسلمة ، سواء كانت مثل تلك التوجهات من إبداع المسلمين أنفسهم، أو أنها من إسهامات المجتمعات المعاصرة الأخرى.

ومثل هذا الموقف يتجاوز موقف الرفض المطلق، أو حتى القبول المطلق لإسهامات المجتمعات الغربية في كل مجالات الإعلام، ويتعداهما إلى موقف نقدي يقوم على التمييز بين مجالاته المختلفة. ويقوم الإعلام الإسلامي على الآتي:

أ. أخذ وقبول إسهامات المجتمعات الغربية في مجال فلسفه الإعلام التي لا تتناقض مع النصوص الإسلامية، اليقينية الورود، والقطعية الدلالة.

ب. رد ورفض ما يناقض النصوص الإسلامية اليقينية والقطعية.

ج. وعلى أساس الفقرتين الواردتين أعلاه فإن هذا لا يعني القبول المطلق لإسهامات المجتمعات الغربية في مجال الإعلام، كعلم وفن، بل يعني أن معيار الأخذ أو الرفض في مجال علم الإعلام هو التجربة والاختبار العلميين ،ومعيار الأخذ أو الرفض في مجال فن الإعلام مدى صلاحية الأنماط المختلفة للعملية الاعلاميه لواقع المجتمعات المسلمة والمشاكل التي يطرحها هذا الواقع.

من جانب آخر فان الإعلام الاسلامى يقم على الصدق الاعلامى في الإخبار عن المشاكل التي يطرحها الواقع والحرية الاعلاميه في التعبير عن الآراء بما هي حلول محتمله لهذه المشاكل.

وفي التصور الاسلامى فان الجماعة بالنسبة للفرد بمثابة الكل للجزء تحده فتكمله وتغنيه ولكن لا تلغيه، أما الدولة فهي نائب ووكيل عن الجماعة لها حق تعيينها ومراقبتها وعزلها. والإعلام الاسلامى يهدف إلى تحقيق التوازن بين حرية الجماعة وحرية الفرد كما يقوم على تأكيد دور الدولة في اداره الإعلام ولكن كنائب ووكيل عن الجماعة استنادا إلى مفهوم الشورى ، مع جواز الملكية الفردية لوسائل الإعلام بشرطي تقيد العملية الاعلاميه بالضوابط التي جاء بها الوحي وتحقيق مصلحه الجماعة مقارنه مع النظريات الاعلاميه الغربية.

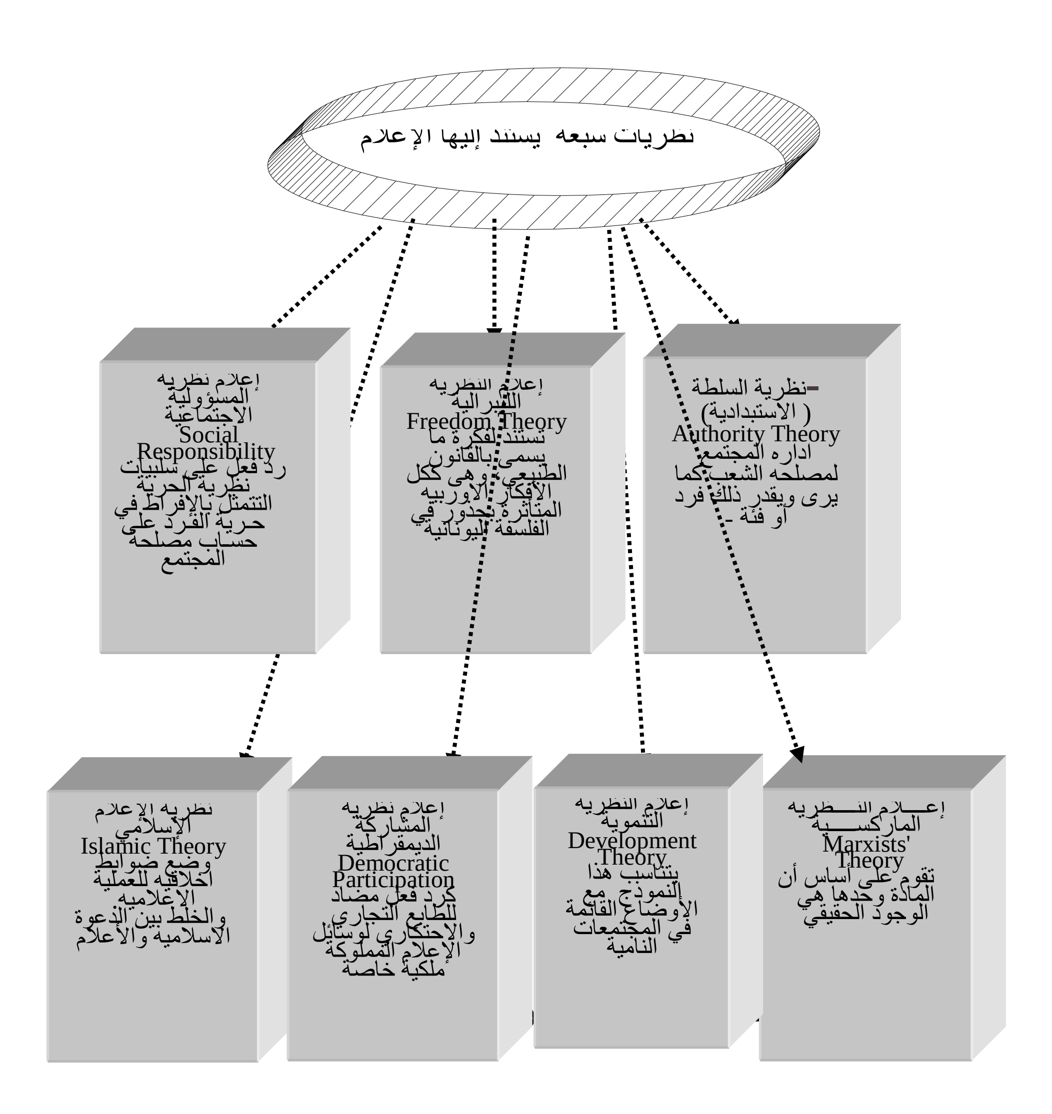
وبناءا على ما ذكرناه فان الإعلام الاسلامى يلتقي مع نظريه السلطة في أهميه وضع ضوابط للعملية الاعلاميه، لكنه بخلافها يرى أن هذه الضوابط بمثابة ضمان لتحقيق هذه الحرية وليست معوقات لها لأنه يسند السلطة للجماعة لا ينفرد بها دونها فرد أو فئة.كما يلتقي مع نظريه الحرية في تقرير الحرية الاعلاميه ،ولكنه يختلف معها في أن هذه الحرية ليست مطلقه .ويلتقي مع نظريه المسئولية الاجتماعية بالسعي لتحقيق التوازن بين الحرية الفردية وحرية الجماعة، لكنه يختلف عنها في وضع ضوابط محدده لتحقيق هذا التوازن. وعلى هذا الأساس فإننا سنفصل للصدق الإعلامي، ولحرية الإعلام، والتخطيط الإعلامي.

فالصدق الاعلامى يعني أن الإعلام الاسلامى يجب أن يقوم على الصدق الاعلامى، اى مصداقية الأخبار التي تنشر وتذاع على الناس، ومطابقتها للواقع، وكما هي بدون حذف أو أضافه أو تغيير حتى يستطيع الناس أن يعرفوا معرفه صحيحة حقيقة المشكلات الاجتماعية والإقتصادية والسياسية، ومن دون تزييف أو نحريف.

أما الحرية الاعلاميه في التصور الاسلامى ليست المقدرة على الفوضى، بل المقدرة على التطور المادي والروحي. وإن مضمون هذا التطور المقدرة على إشباع الحاجات المادية والروحية أو تحقيق الغايات والمثل العليا المحدودة والمطلقة.

وعلى هذا الأساس فان الإعلام الاسلامى لا يلغى الحرية الاعلاميه، كما هو الحال في نظريه السلطة. كما انه لا يذهب إلى الحرية الاعلاميه المطلقة .
فهو يأخذ بالحرية الاعلاميه لكنه يرى أنها مقيده بالسنن الالهيه التي تضبط حركه الوجود الشامل للطبيعة المسخرة والإنسان المستخلف. وهذا التحديد هو بمثابة ضمان ضابط موضوعي مطلق لتحقق الحرية الاعلاميه .
التخطيط الاعلامى : إن التخطيط في الإسلام يمكن اعتباره تطبيق معاصر لمفهوم تسخير الكون للإنسان الذي قرره القران. وبناءا على هذا فانه يجب أن يأخذ الإعلام الاسلامى بالتخطيط الاعلامى من خلال وضع نظريه إعلاميه تحدد أهداف ووظائف الإعلام طبقا للفلسفة الاسلاميه في الوجود والمعرفة والقيم،واستراتيجيه الاعلاميه تحدد ألخطه الاعلاميه وأسلوب اعلامى يحدد المنهج الإعلامي.

ويعكس المخطط رقم (7) التالي تصوراً مختصراً للنظريات السبعة التي أتينا على ذكرها والتي يستند إليها الإعلام



خامســـاً:التحول الإعلامي في الدول النامية

هنالك عدد من العوامل المؤثرة في التحرك والتحول الإعلامي في دول العالم، وفي الدول النامية، ومنها الدول العربية، على وجه التحديد يمكننا تحديدها بالآتي::

1. مشكلات التلكؤ في تطبيق خطط التنمية : فقد تزايدت المصاعب والمعوقات الإقتصادية والإجتماعية والسياسية التي عرقلت تطبيق خطط التنمية، في الدول النامية، وفي الدول العربية على وجه التحديد.

2. غياب الإقتصاد المتين الذي يمكن الإعتماد عليه في بعض الدول النامية والعربية. حيث توسعت الهوة الإقتصادية بين معظم الدول العربية والدول النامية، من جهة، وبقية دول العالم، من جهة أخرى.

3. غياب التعددية السياسية والحزبية. فنظام الحزب الواحد، أو الحزب القائد كما يحلو للبعض تسميته، أو نظام اللاأحزاب واللامنظمات في العديد من الدول العربية.

4. التوترات السياسية وعدم الإستقرار السياسي نتيجة لغياب المشاركة السياسية. ونتيجة لغياب التعددية الحزبية الحقيقية، والتي تكون عادة مبنية على أسس سياسية وإجتماعية واقتصادية سليمة.

5. مشكلة حريات التعبير. فهنالك غياب في مناخ حريات التعبير عبر وسائل الإعلام، وعبر المشاركات الشعبية السليمة.

6. الحاجة إلى إصلاحات إقتصادية والتصدي للفساد الإقتصادي. فالنظام الإقتصادي المرتبط بالنظام السياسي تشوبه الكثير من الثغرات التي تؤدي إلى إنتشار الفساد، وبقاء الثروة الوطنية بيد شريحة محددة من أبناء البلد.

7. الحاجة إلى الإصلاحات التشريعية والإدارية. وبما في ذلك تفعيل دور المؤسسات الفعلي وفق القانون.

8. الحاجة إلى إصلاح تربوي وتعليمي: يكون ذلك من خلال تحديث مناهج التعليم الحالية، وتطوير أساليب الإدارة العلمية والتربوية.

9. ثورة الإتصالات والعامل التكنولوجي والمتغيرات التقنية المتسارعة: حيث شملت هذه المتغيرات وسائل الإعلام من خلال تكنولوجيا المعلومات وثورة الإتصالت. فقد شمل عصر ثورة الإتصالات الذي نعيشه ميادين وسائل الإتصال الجماهيري المختلفة. وشملت ثورة الاتصالات ميادين وسائل الاتصال الجماهيري جميعها، وسرعتها المستمرة، وقدرتها على اختراق الآفاق واختزال الأبعاد والمسافات.

10. إنتشار وتشابك في مختلف أنواع الثقافات: فقد جعل هذا الإمنشار الواسع والتشابك بين مختلف الثقافات موضوع الرقابة صعباً جداً على الدولة التي تريد أن تحتكر وسائل الإعلام وتفرض رقابتها، وتعزل شعبها عما يجري في العالم.

11. إن الأساليب الإعلامية المستخدمة حالياً والمنتشرة بشكل واسع حالياً، جاءت نتيجة للدراسات والأبحاث والمستجدات العلمية في مجال الإعلام، وغيرها من علوم المعرفة الإنسانية، التي كثيراً ما تفتقر إليها الكثيراً من الدول النامية، فضلاً عن أنها نتاجاً للتقدم التقني في مجال وسائل الإتصال والإعلام، التي كانت قد بدأت في النصف الأول من القرن العشرين، ولم تزل مستمرة في تطورها في العالم كله.

12. ونتيجة لكل ذلك فقد أصبح من المتعذر فرض رقابة الدولة على المعلومات والإعلام الوافد. وليس بمقدور أي بلد في العالم اليوم أن يعيش بمعزل عن بقية مناطق الأرض وبلدان العالم.

13. دور للمجنمعات في عملية التبادل الإعلامي. من جانب آخر فإن عناصر التركيبة الاجتماعية القادرة على المشاركة في عملية التأثير والتفاعل المتبادل جميعها تساهم، بشكل أو آخر، في عملية التبادل الإعلامي المستمرة داخل المجتمع المحلي والدولي، عبر وسائل الاتصال الحديثة.

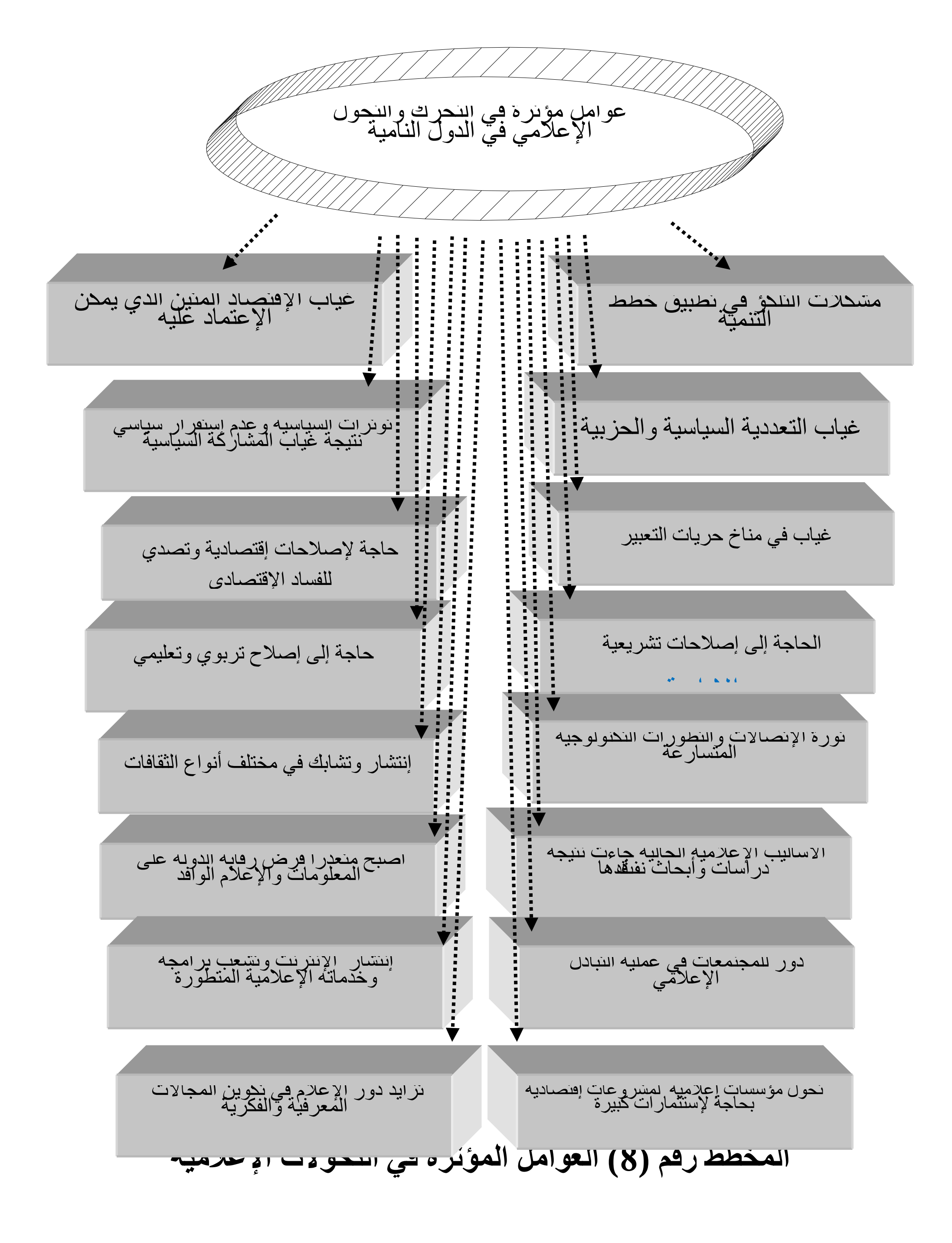
14. إنتشار الإنترنت وتشعب برامجه وخدماته الإعلامية المتطورة المختلفة. وعلى أساس ما تقدم فإن الإعلام لم يبق في منأى عن التحولات التكنولوجية الشاملة التي خلفها ظهور الانترنت، والذي عمل على مواجهة الدولة، التي كانت تتصرف من منطلق أنها القوة الشرعية الوحيدة التي لها الحق في تنظيم وتحديد مضامين العملية الإعلامية، من مرجعية سياسية أو إيديولوجية.

15. تحول المؤسسات الإعلامية إلى مشروع إقتصادي مهم وحاجته إلى إستثمارات مالية كبيرة لقد أصبحت الإتصالات إحدى أسرع القطاعات نمواً وتطويراً بإتجاه إستثمارات القطاع الخاص في أنحاء العالم جميعه، وميداناً رئيساً للإستثمارات الأجنبية عابرة الحدود. فقد كان

ظهور الانترنت وتحول العالم إلى اقتصاد معلوماتي قد أطلق فرصاً كبيرة للإستثمارات الإعلامية. وبذلك فقد تحولت المؤسسات الإعلامية إلى مشروع إقتصادي مهم بحاجة إلى إستثمارات مالية كبيرة.

16. نمو وتزايد في دور الإعلام: فقد تزايد الدور الذي يقوم به الإعلام في تكوين المجالات المعرفية والفكرية للمواطن، وعلى حساب دور المؤسسات التقليدية التكوينية والتربوية المعروفة ، كالمدرسة والجامعة والبيت وغيرها.

ويعكس المخطط رقم (8) التالي ملخصاً للعوامل التي أثرت وتؤثر في التحولات والتحركات الإعلامية في الدول النامية.



المخطط رقم (8) العوامل المؤثرة في التحولات الإعلامية

المصادر المستخدمة في الفصل

(1) أبو الخبـر، السـيد مصطفى أحمد. (2008). ستراتيجيات فرض العولمة الآلية ووسائل الحماية. القاهرة، إيتراك للطباعة والنشر.
(2) بال، فرنسيس وجيرار إيميري (2001). وسائل الإعلام الجديدة. ترجمة فريد أنطونيوس. بيروت، عويدات للنشر والطباعة.
(3) البـدوي، محمـد علـي. (2006). دراسـات سوسيو إعلاميـة. بيـروت، دار النهضـة العربيـة.
(4) الخاجـة، خالـد. الإعـلام الجـديد .. وكسـر الاحتـكار.
تاريـخ الدخـول إلى المـوقـع 2011/6/24. متاح في:
http://www.uaeec.com/articles-action-show-id-5455.htm
(5) خليل، صبري محمد. فلسفه الإعلام ::مفاهيمها وقضايا . تاريخ الدخول إلى الموقع 24؟6؟2011. متاح في:
http://www.alrakoba.net/articles-action-show-id-8844.htm
(6) الدليمي، عبد الرزاق محمد . (2010) . الإعـلام : إشـكاليات التخطيط والممارسـة . عمـان، دار جرير،
(7) شوقي. سعيد. وسائل الاتصـال والإعـلام ودورها في ترقية المجتمع (ديسمبر 2010) . تاريخ الدخول إلى الموقع 24؟6؟2011. متاح في:
http://tagzirt.marocs.net/t25-topic
(8) عبد الرزاق، إنتصار إبراهيم، وصفد حسام الساموك (2011). الإعلام الجديد. وزارة التعليم العالي والبحث العلمي: جامعة بغداد، سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع: الكتاب الأول (الطبعة الإلكترونية)
(9) على محمد شمو ، 1997 ، تكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والإنترنت ، جدة : الشركة السعودية للأبحاث والنشر.
(10) قنديلجي، عامر إبراهيم. (2011). مصـادر المعلومـات الإعـلامية. دار المسـيرة.
(11) يونغ ، كريستوفر. (1991). "دور وسائل الإعلام في النزاعات الدولية ،" المعهد الكندي للسلام والأمن ، ورقة عمل رقم. 38 . متاح في:
http://www.beyondintractability.org/articlesummary/10627/

الفصل الثالث

معالم الإعلام الجيد وتطور وسائله

أولاً: متطلبات الإعلام الجيد وشروطه

ثانياً: إتجاهات التطور في وسائل الإعلام والاتصال

- **الإتجاه الأول في تطور وسائل الإعلام والإتصال**
- **الإنجاه الثاني في تطور وسائل الإعلام والإتصال**
- **الإتجاه الثالث في تطور وسائل الإعلام والإتصال**

ثالثاً: أساليب التطور في وسائل الإعلام والإتصال

رابعاً: أهم مراحل التطور في المعرفة الإعلامية

خامساً: ملامح إيجابية وأخرى سلبية لمجتمع المعلومات الإعلامية

سادساً: ثورة المعلومـات الإعلامية والموقف منـها

المصادر المعتمدة في الفصل

أولاً:متطلبات الإعـــلام الجيد وشروطه

هنالك عدد من المتطلبات والمستلزمات الضرورية، أو بالأحرى إنها شروط واجب توافرها في الإعلام وفي أجهزة الإعلام على اختلاف أنواعها، وبصرف النظر عن طبيعة النظام السياسي، وطبيعة نظام الحكم. وقد كانت معالجة هذا الموضوع مركزة وواضحة المعالم في كتاب الأستاذ الدكتور عبد الرزاق الدليمي الموسوم بـ "الإعلام: إشكاليات التخطيط والممارسة". ومن الممكن أن تفصل ونحدد مثل تلك المتطلبات والشروط بالآتي:

1. بالنسبة إلى تغطية وسائل الإعلام للأحداث والأخبار: ينبغي أن يركز الإعلام في تغطيته للأحداث والقضايا على ما يهم ويشغل أفراد الشعب الذين توجه إليهم الأخبار والمعلومات، والتي تبث وتنشرعبر وسائل الإعلام المختلفة. وأن يكون إهتمام الإعلام بالقضايا المختلفة المطروحة بحسب أهميتها، ولكن من دون إغفال لقضية أو لجانب منها على حساب قضية أو جانب آخر. وعلى هذا الأساس فإنه ينبغي على الإعلام الوطني أن يركز على القضايا التي تهم الوطن والمواطن، ومن ثم القضايا القومية والإقليمية، خاصة تلك التي يتأثر بها الوطن والمواطن بشكل مباشر أو غير مباشر. وبعدها القضايا الدولية التي كثيراً ما تتخطى الحدود الإقليمية وتؤثر على الوطن والمنطقة.

2. بالنسبة إلى اللغة والمصطلحات التي تستخدمها وسائل الإعلام: أن تكون مثل تلك اللغة المستخدمة، وبكل مفرداتها ومصطلحاتها، واضحة ومفهومة، من قبل أفراد المجتمع كافة، وأن لا تبث بلغة أو مصطلخات غريبة وبعيدة عنهم. ولا يعني ذلك إستخدام اللغة القومية فحسب بل ويتخطاها إلى المصطلحات الوطنية الدارجة التي تعود عليها المواطن أحياناً.

3. المبادرات والتوجهات القيادية لوسائل الإعلام: فالمفروض في الإعلام الوطني ووسائله المستخدمة أن تكون مبادرة وقيادية في طروحاتها. وأن تحاول الإبتكار والتحرك باتجاهات مختلفة، من خلال أنواع الطروحات المبتكرة والجديدة الملائمة. لذا فإنه يكون من الواجب أحياناً على الإعلام تبني مواقف شجاعة في طروحاته، وفي مناقشنه للقضايا الإقتصادية والسياسية والإجتماعية التي تواجه الوطن والمواطن.

4. أما بالنسبة إلى الموقف من المظاهر المدانة، على الصعيد السياسي أو الصعيد الإقتصادي أو الصعيد الإجتماعي، فإنه ينبغي أن يكون موقف الإعلام حراً ومسئولاً في تعامله مع مثل تلك المظاهر، وتداوله لها. سواء كانت تلك المظاهر والمواقف من تلك التي تواجه الوطن ككل، أو تواجه شريحة من أبناءه ومواطنيه.

5. بالنسبة للسياسة العامة وأولوياتها : أن يكون الإعلام قادراً على استيعاب جوهر السياسة العامة للدولة، وأن يكون متفهماً لأولويات وأسبقيات تلك السياسة، وعلى كافة المستويات الوطنية والإقليمية والقومية والدولية.

6. ضرورة مواكبة التطورات الإعلامية الفنية والتقنية: أن يكون الإعلام متابعاً ومواكباً لمثل تلك التطورات الإعلامية، ومستجداته التقنية والفنية التي تحدث على صعيد الإعلام في العالم، والتي تعود بالنفع على مسيرة التطور في التعامل مع الأخبار والمعلومات. فمواكبة المستجدات واستيعاب مفرداتها والتعامل معها إعلامياً من متطلبات الإعلام الوطني الجيد.

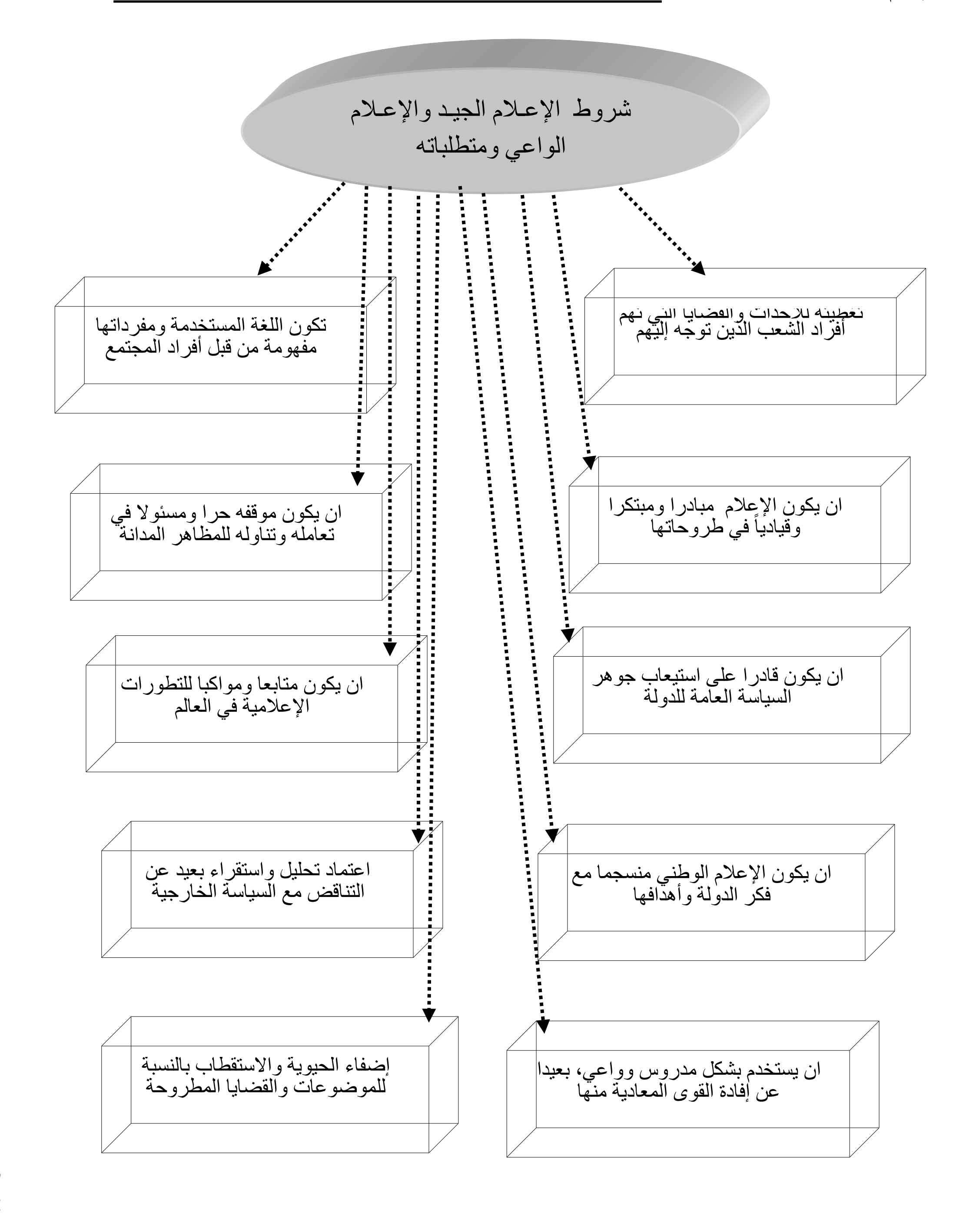
7. بالنسبة إلى الانسجام مع فكر الدولة وأهدافها : أن يكون الإعلام الوطني منسجماً مع فكر الدولة وأهدافها. فضلاً عن أن يكون هذا الإنسجام بالاتجاه الذي يؤمن التوافق مع مصالح الجماهير وأهدافها. فالموازنة بين الأفكار السياسية والإقتصادية للدولة، من جهة، والتوفيق بينها وبين مصالح عامة المواطنين ومتطلباتهم وتطلعاتهم من الأمور الضرورية والحساسة في العمل الإعلامي المعاصر.

8. بالنسبة إلى النقل المتزن للمبادئ والأفكار : ينبغي على الإعلام الاهتمام بالطريقة التي ينقل فيها مبادئ الدولة أفكارها، وأن يكون مثل هذا النقل بشكل متزن وبعيد عن التوجهات الصاخبة والهدامة. وعلى هذا الأساس فإنه على الإعلام اعتماد التحليل والاستقراء البعيد عن الاستفزاز، من جانب، وغير المتناقض مع السياسة الخارجية للبلد، وخاصة في تعامله مع الدول الشقيقة.

9. بالنسبة للاستخدام الواعي لوسائل الإعلام: حيث ينبغي أن تستخدم وسائل الإعلام بشكل مدروس وواعي، بحيث تتم الاستفادة الجيدة منها ومن دون فسح المجال للقوى المعادية إستغلال واستثمار المعلومات التي توفرها وتبثها وسائل لإعلام المختلفة، وبالإتجاه الذي يضر بمصالح الوطن والمواطن..

10. بالنسبة لطريقة تناول القضايا المطروحة: ينبغي أن تتوفر العوامل التي من شأنها إضفاء الحيوية والاستقطاب بالنسبة للموضوعات والقضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية المطروحة، بغرض أن التأثير في جمهور القراء والمستمعين واستقطابهم من خلال التناول الحي لمثل تلك القضايا..

ويعكس المخطط رقم (9) التالي تصوراً موجزاً لشروط الإعلام الجيد والإعلام الواعي ومتطلباته



مخطط رقم (9) تصور موجز لمتطلبات ومستلزمات الإعلام الجيد

ثانيـــاً:إتجاهات التطور في وسائل الإعلام والإتصال

هنالك عدد من التوجهات والطروحات التي تخص أهم التطورات التاريخية لوسائل الإعلام والإتصال، والتي يكون على أساسها من الممكن التعامل مع تقسيم وسائل الإعلام والإتصال تاريخياً، وعبر مسيرة الإنسان والإتصالات البشرية. ويمكن تحديدها بتوجهات وتطورات ثلاثة، هي: وسائل إعلام وإتصال لما قبل الميلاد، والتي هي بحوالي الأربعة آالاف سنة قبل الميلاد، ثم وسائل الإعلام والإتصال للفترة من سنة 1450 وإلى سنة 1980، ثم من سنة 1980 وحتى الوقت الحاضر، وبضور التفسيرات والتحليلات التالية:

الإتجاه الأول في تطور وسائل الإعلام والإتصال:

يمكن تحديد معالم الإتجاه الأول في تطورات وسائل الإعلام والإتصال بثلاثة فترات هي:

1. **الفترة الأولى: تتمثل في وسائل الإعلام والإتصال للفترة ما قبل الميلاد بحدود 4000 سنة** ، أي أربعة آالاف سنة قبل ميلاد السيد المسيح) والتي تمثل الجزء الأكبر من عمر البشرية. وكانت تتمثل بالوسائل التالية:

أ. ظهرت لغة بدائية، على شكل أصوات وهمهمات.

ب. نقوش على الجدران، وبأشكال ورموز محددة، وكل شكل ورمز له دلالته.

ت. بعد ذلك ظهرت الكتابة على ألواح الطين.

ث. ثم ظهرت الكتابة الهيلوغرافية.

ج. ثم وصل التطور بوسائل الإتصال إلى الكتابة الأبجدية.

ح. فترة الحضارة الإريقية والرومانية.

2. **الفترة الثانية: من سنة 1450 وإلى سنة 1980 ميلادية.** والتي تعتبر من أهم مراحل التطور في الإعلام والإتصال في عمر الإنسان، والتي تمثلت بالآتي:

أ. المطابع بالحروف المعدنية: حيث ظهرت بدايات المطابع ذات الحروف المعدنية. وتمكن الإنسان من طبع نسخ متعددة من وسائل الإتصال والمعلومات، المتمثلة بالكتب والمطبوعات الأخرى آنذاك.

ب. تطورت أساليب الطباعة. وظهرت أشكال مختلفة من المطبوعات. فبالإضافة إلى الكتب، ظهرت المجلات والصحف.

ت. فترة الثورة الصناعية. حيث سهل البخار والمعدات البخارية عملية الطبع والنسخ للكتب والمجلات والصحف والنشرات.

ث. التلفون والتلغراف: حيث ظهرت وسائل إتصال جديدة تمثلت في التلغراف اللاسلكي والتلفون السلكي، وتأمينها لتناقل المعلومات والأخبار عبر مسافات متباعدة، ومواكبة سريعة للأحداث والأخبار.

ج. ظهور المذياع (الراديو).

ح. ظهور السينما، الصامتة منها أولاً، ثم الناطقة.

خ. ظهور التلفزيون، وتناقل الأخبار بالصورة والصوت.

المصدر: تقسيم الإتصال البشري عبر التاريخ..

3. الفترة الثالثة من سنة 1980 وحتى الوقت الحاضر. والتي إتسمت بالآتس:

أ. في هذه الفترة تم تسهيل الإتصال بين مختلف أرجاء العالم، بين غربها وشرقها.

ب. نقل الصحف والمجلات والإذات ووسائل الإعلام الأخرى، من موقع لأخر ومن مكان إلى مكان، عبر العالم.

ت. ظهور الإقمار الصناعية، وما صحبه من تأمين نقل رائع للمعلومات الإعلامية عبر مناطق العالم المختلفة.

ث. طهور الحاسب الآلي (الكومبيوتر) والإنترنت، وما صحب ذلك من تأمين رائع لتناقل المعلومات الإعلامية.

الإتجاه الثاني في تطورات وسائل الإعلام والإتصال:

ومن جانب آخر فإن هنالك تفسير وإتجاه تاريخي ثاني، يكون في من الممكن تقسيم وسائل الإعلام والإتصال عبر العصور الثلاثة المذكورة سابقاً ولكن بإتجاهات مختلفة نوعما، في مسيرة الإنسان والإتصالات البشرية، وكالآتي:

أولاً: وسائل الإعلام والإتصال لفترة ما قبل الميلاد بحدود 4000 سنة، أي أربعة آلاف سنة قبل ميلاد السيد المسيح) والتي تمثل الجزء الأكبر من عمر البشرية. وكانت تتمثل بالوسائل التالية:

1. ظهرت لغة بدائية، على شكل أصوات وهمهمات.
2. نقوش على الجدران، وبأشكال ورموز محددة، وكل شكل ورمز له دلالته.
3. بعد ذلك ظهرت الكتابة على ألواح الطين.
4. ثم ظهرت الكتابة الهيلوغرافية.
5. ثم وصل التطور بوسائل الإتصال إلى الكتابة الأبجدية.
6. فترة الحضارة الإريقية والرومانية.

ثانياً: الفترة من سنة 1450 وإلى سنة 1980 ميلادية. والتي تعتبر من أهم مراحل التطور في الإتصال في عمر الإنسان، والتي تمثلت بالآتي:

1. المطابع بالحروف المعدنية : حيث ظهرت بدايات المطابع ذات الحروف المعدنية. وتمكن الإنسان من طبع نسخ متعددة من وسائل الإتصال والمعلومات، المتمثلة بالكتب والمطبوعات الأخرى آنذاك.
2. تطورت أساليب الطباعة. وظهرت أشكال مختلفة من المطبوعات. فبالإضافة إلى الكتب، ظهرت المجلات والصحف.
3. فترة الثورة الصناعية. حيث سهل البخار والمعدات البخارية عملية الطبع والنسخ للكتب والمجلات والصحف والنشرات.
4. التلفون والتلغراف : حيث ظهرت وسائل إتصال جديدة تمثلت في التلغراف اللاسلكي والتلفون السلكي، وتأمينها لتناقل المعلومات والأخبار عبر مسافات متباعدة، ومواكبة سريعة للأحداث والأخبار.
5. ظهور المذياع (الراديو).
6. ظهور السينما، الصامتة منها أولاً، ثم الناطقة.
7. ظهور التلفزيون، وتناقل الأخبار بالصورة والصوت.

ثالثاً: الفترة من سنة 1980 وحتى الوقت الحاضر.

1. في هذه الفترة تم تسهيل الإتصال بين مختلف أرجاء العالم، بين غربها وشرقها.
2. نقل الصحف والمجلات والإذات ووسائل الإعلام الأخرى، من موقع لأخر ومن مكان إلى مكان، عبر العالم.
3. ظهور الإقمار الصناعية، وما صحبه من تأمين نقل رائع للمعلومات الإعلامية عبر مناطق العالم المختلفة.
4. طهور الحاسب الآلي (الكومبيوتر) وما صاحب ذلك من تأمين رائع لتخزين وإسترجاع وتناقل المعلومات الإعلامية.
5. ظهور شبكة المعلومات العالمية الشهيرة بإسم (الإنترنت) وما واكبها من تطور هائل في التعامل مع المعلومات عامة والمعلومات الإعلامية على وجه الخصوص.

الإتجاه الثالث في وتطورات ومستجدات وسائل الإعلام والإتصال:

وإستكمالاً لما أوردناه من تطور في وسائل الإعلام والإتصال فإننا نستطيع أن نلخص فيما يلي اهم تلك الأحداث والمخترعات التي أثرت على عالم الاتصال والإعلام، والتي ظهرت عبر التاريخ، وحتى اواخر القرن العشرين الماضي:

1. صنع الصينيون الورق والحبر، في عام105 ميلادية. والذي كان له دور كبير في الكتابة وفي تناقل المعلومات والأخبار،
2. ظهور أول صحيفة أو جريدة عالمية في الصين باسم"تشينغ يـاو" أي ما معناه (الصحيفة الصينية) وذلك في عام400 ميلادية. واستمرت في الصدور حتى عام 1934 ميلادية.
3. قام العالم الألماني"غوتمبرغ" وآخرون بإختراع الطباعة بالحروف المعدنية في عام1436 ميلادية، والتي أثرت كثيراً، وبالإتجاه الإيجابي على صدور الصحف ووسائل الإعلام والمعلومات الأخرى في العالم.

4. صدور أول صحيفة دورية منتظمة في أوروبا باسم"غـازيت"، وذلك في عام 1631 ميلادية. وصدور أول صحيفة يومية باللغة الإنجليزية في لندن باسم "Daily Current" في عام 1702 للميلاد.

5. وفي العالم العربي كان من أهم الأحداث الإعلامية ظهور أول مطبعة عربية في مصر في عام 1798 ميلادية . ومن ثم صدور صحيفة"الوقائع المصرية" في مصر في عام1838 ميلادية.

6. في عالم تناقل الأخبار تم إرسال أول برقية تلغرافية بطريقة الرمز،وتحمل اسم مرسلها العالم"مورس" في عام 1844 ميلادية.

7. وفي عام 1835 ميلادية تم تصنيع الورق من لب الأشجار،

8. حدث نهم آخر في عالم الإعلام والإتصال كان في عام1857 ميلادية تم توصيل أول كابل عبر الأطلسي.

9. وفي عام 1867 تم إكتشاف أول آلـة كاتبة عملية .

10. تم إرسال أول رسالة هاتفية عبر الأسلاك على يـد العالم كراهام بيـل في العام 1876.

11. تم اختراع جهاز الفونوغراف، على يـد العالم أديسون، وذلك في عام1877.

12. ظهر إختراع إعلامي آخر مهم، إلا وهو آلـة للعرض السينمائي، وكان ذلك في عام 1844 ميلادية.

13. ظهور إعلامي مميز هو المذياع أو الراديو، والذي أطلق عليه في البداية إسم البرقية اللاسلكية. وقد تم هذا الإختراع على يـد العالم ماركوني، وذلك في العام 1890 للميلاد. وقد قاد ذلك إلى ظهور أول إذاعي منتظم لاحقاً.

14. أما جهاز التلفزيون فيعود إختراعه إلى العالم 1920 ، حيث أعتبر ظهور أول صورة متلفزة، في الولايات المتحدة الأمريكية، حدث إعلامي مميز قي تاريخ التطور الإعلامي والإتصالي. وقد قاد ذلك إلى ظهور أول يث تلفزيوني منتظم لاحقاً.

15. ظهور أول فيلم، بالصور المتحركة Motion Picture ، والذي كان من إنتاج والت ديزني. وقد كان في عام 1928.

16. أما في المنطقة العربية فكان أول ظهور للإذاعة في مصر في عام 1934 ميلادية.

17. وفي عام 1954 للميلاد إنتقل البث التلفزيوني من الأسود والأبيض إلى البث التلفزيوني الملون، بصورة منتظمة. وكان ذلك في الولايات المتحدة الأمريكية.

18. حدث آخر أثر في التطور الإعلامي العالمي، وهو إطلاق أول قمر اصطناعي سوفييتي في عام 1957. إلا أن أول استعمال للقمر الاصطناعي تلستار الأمريكي، ولنقل اشارات تلفزيونية عبر الفضاء كان قد تأخر إلى عام 1962.

19. ظهور اختراعات أخرى جديدة ومتطورة، مثل كالحاسوب أو الكومبيوتر، والفيديو، وتقنيات إتصال الأخرى عن بعد، وكذلك الأجهزة المتعددة الخدمات والوظائف كالتلفزة، والهاتف، والفاكس، وآلة التصوير، والحاسوب، التي تعمل في آن واحد فقد بدأت بالظهور اعتبارا من عام 1980 ، وهي في نطور، وحتى الوقت الحاضر.

20. وأخيراً، وليس آخراً، ظهور شبكة المعلومات المحوسبة العالمية المعروفة بإسم الإنترنت. والتي عرفت أيضاً بشبكة المعلومات الدولية في العقد الأخير من القرن الماضي، في العام 1990 للميلاد. والتي كانت، ولا تزال، تعتبر تحولاً كبيراً جداً في عالم الأعلام والإتصال في العالم.

ثالثـــاً:أساليب التطور التاريخي في وسائل الإعلام والاتصال

أما من حيث تطور وسائل الإعلام تاريخياً فإنه يمكننا التأكيد إبتداءاً على أن وسائل الإعلام والاتصال كانت قد وجدت بوجود هذا العالم، واجتازت مراحل تطوره العديدة. وقد أفرزت وسائل الإعلام والاتصال على مرور الوقت عدة أنواع متفاوتة في نوعها وكمها والكيفية التي تستخدم بها، فضلاً عن التطور في نوعها لمدياتها.

1. إستخدام الطبول والدخان والنار كوسيلة للإعلام وتبادل المعلومات. كذلك فقد استخدمت طرق الحفر على الأحجار والأشجار والألواح، وكذلك الأعمدة المنصوبة في المعابد والميادين العامة.

2. كان التجار في القديم أيضاً يحملون أثناء سفرهم معهم الأخبار من الديار التي أتوا منها أو مرو بها، وكان المنادون يتجولون وينشرونها، فضلاً عن أنهم، أي المنادون، كانوا يعلنون عن أوامر الحكام وتوجيهاتهم إلى عامة الناس.

3. الإتصال الشخصي بين الأفراد: من جانب آخر يمكن إضافة وسيلة هامة أخرى الى جميع هذه الوسائل المتقدمة، هي وسيلة الاتصال الشخصي. حيث جعلت الحروب والغزوات، من جهة، والهجرات المستمرة، من الناس كافة أكثر اتصالا ً ببعضهم البعض. حيث بدأ الناس يختلطون بغيرهم من الجنسيات والإنتماءات، ويستمعون الى آرائهم ويتأثرون بعاداتهم. وهذا يعني ان وسائل الاتصال والإعلام كانت متنوعة عبر العصور المختلفة.

4. ظهور المطبعة في القرن العشرين: وفي القرن العشرين، كان لظهور المطبعة على يد العالم الألماني الشهير غوتمبرغ، في العام 1436 للميلاد، أثر مهم في تطور وسائل الإتصال. بل ونسيطيع القول بأنها كانت الفاصل الحقيقي بين العصور القديمة والعصور الحديثة، من حيث وسائل الاتصال.

5. ظهور المذياع (الراديو) والتلفزيون والصحافة واللاسلكي: ويرجع هذا التطور والتغيير الإعلامي المهم الى عاملين أساسيين هما:

أ. الأول نشوب الحربين العاليتين، الأولى والثانية، وما صاحبهما من حدوث تحركات ضخمة للقوات والجيوش.

ب. أما العامل الثاني فهو انتشار وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية، كالمذياع أو الراديو، والتلفاز أو التلفزيون، والصحف والمجلات، فضلاً عن تطور الإتصال اللاسلكي،

كل ذلك أحدث تغييرات مهمة وجذرية على تصورات المواطنين في جميع أنحاء العالم، واتسع أفق الأفراد وإطارهم الدلالي بشكل لم يسبق له مثيل،ب حيث لم يعد في الإمكان عزل الناس عن بعضهم البعض، حيث أنه ما يحدث في أية بقعة من بقاع العالم يترك آثاره الواضحة في أجزاء أخرى من العالم. وهكذا أصبح العالم اليوم، كما تشاع، هو قرية صغيرة متواصلة مع بعضها البعض. وأصبح الإنسان يفهم الأخبار التي تغمره بها وسائل الإعلام يومياً، عن تطورات وأخبار الدول والشعوب الأخرى.

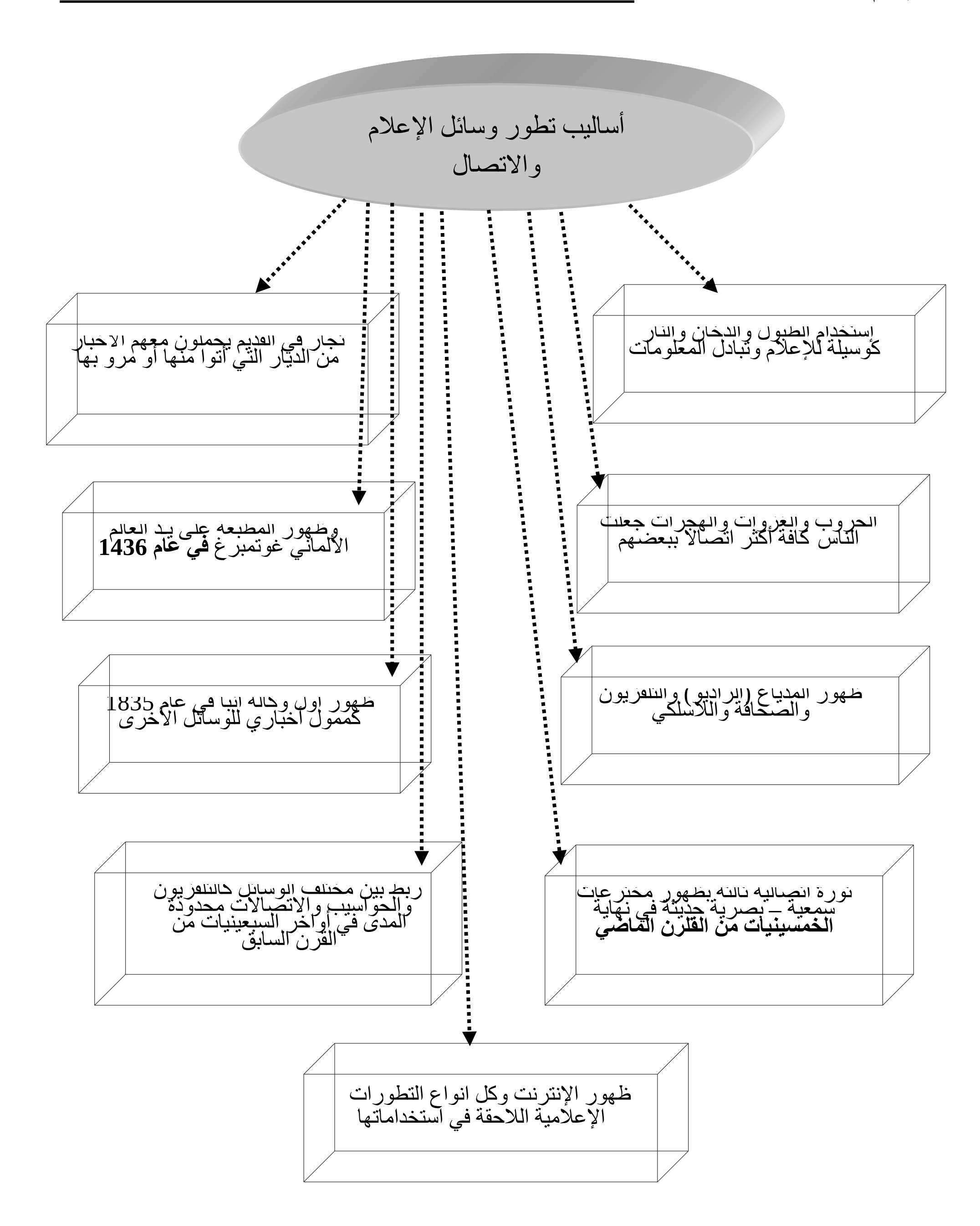
6. ظهور وكالات الأنباء، والتي يعتبرها الكثير من الإعلاميين وغير الإعلاميين الثورة الإعلامية الثانية، والتي أصبحت ممولاً إخبارياً رئيسياً. ومن الجدير بالذكر أنه كانت أول وكالة أنباء ظهرت وكالة (هافاس) في عام 1835 ميلادية.

7. حدثت الثورة الاتصالية الثالثة بظهور المخترعات السمعية –البصرية الحديثة، كالإذاعة والتلفزيون والسينما، إلا أن قمة الثورة في الاتصال والإعلام كانت في ظهور الأقمار الاصطناعية في نهاية الخمسينات من القرن العشرين.، ثم تلتها اختراعات أخرى مثل،الفيديو في عام 1964، حيث تمكن المستمعين والمشاهدين من إعادة إشارات التلفزة.

8. في أواخر السبعينات من القرت الماضي، ظهرت وسائل اتصال جديدة، نتيجة للربط بين مختلف الوسائل، مثل ربط التلفزيون والحاسوب والتطورات المعلوماتية الأخرى. وكان الربط بين الهاتف والحاسوب والتلفزيون من الأمور التي نتجت عنها إمكانات جديدة هائلة في عالم الإتصال، وخاصة الاتصالات الاجتماعية.

9. ظهور شبكة المعلومات المحوسبة العالمية المعروفة بإسم الإنترنت. وكذلك كل أنواع التطورات الإعلامية اللاحقة في استخداماتها. وسنأتي على تفصيله بشكل واسع في فصول وصفحات قادمة من الكتاب.

ويعكس المخطط رقم (10) التالي تصوراً موجزاً لتطور وسائل الإعلام والإتصال.



مخطط رقم (10) تصور لأهم أساليب تطور وسائل الإعلام والاتصال

رابعــاً:أهم مراحل التطور في المعرفة الإعلامية

من جهة أخرى وبغرض أن نكون منصفين في توصيف معالم تطور المعرفة البشرية الإعلامية لابد لنا من أن نوزع معالم المراحل الأساسية للتطورات التي حصلت على تقنيات المعرفة الإعلامية من خلال مراحل متعددة نلخصها بالآتي:

1. مرحلة اختراع الكتابة :

فقد تم اختراع الكتابة، كما أسلفنا، وبشكلها الصوري البدائي، من قبل سكان وادي الرافدين (العراقيين الأوائل). حيث كانت الكتابة، وبمختلف أنواعها البدائية أو المتطورة في عصور لاحقة، هي ذاكرة الإنسان الدائمة التي تحفظ له خبراته ومعارفه وتجاربه عبر السنين. فكتب الإنسان على:

أ. ألواح الطين (Clay Tablet)،

ب. وكذلك على جدران الكهوف،

ج. وعلى جلود الحيوان،

د. وعلى أي شي وفرته له الطبيعة، ويصلح أن يكون وعاء تحفظ فيه المعلومات.

هـ. ومن ثم جاء اختراع الورق فيما بعد ليوسع قاعدة تلك الثورة، ويقدم لها سبل الانتشار والتطور . وإذا كان الفضل للصينيين في اختراع الورق، فقد كان للعرب الفضل في تطوير صناعته

وتعريف العالم بأهميته ...وقد أعقب ذلك عدد من الاكتشافات والتكنولوجيات التي أسهمت بشكل فاعل في تطور المعلومات، ومنها المعلومات الإعلامية.

2. مرحلــة اختراع الطباعة (Printing)

وتتمثل هذه المرحلة بتغيير شامل في التعامل مع المعلومات، والتحول من نسخ المعلومات وخطها بواسطة النساخين، يدوياً، وبنسخة منفردة واحدة، في الغالب، ولكل خطاب أو نشرة أو كتاب مخطوط أو منسوخ، إلى طباعة كل هذه وتلك آلياً، وبنسخ متعددة .

فقد كان اكتشاف يوحنا غوتنبرغ للطباعة بالحروف المعدنية المنفصلة، في منتصف القرن الخامس عشر (1436) ميلادية، ثورة في مجال نقل وتداول المعلومات، ومنها المعلومات الإعلامية. وعلى هذا الأساس فقد دخل الإنسان إلى مرحلة تكنولوجية، وثورة جديدة في مجال المعلومات والمعرفة .وانتقل العالم إلى عصر النسخ العديدة من مصادر المعلومات الإعلامية المطبوعة، التي كثر تداول معلوماتها ومعارفها بين الناس، وتناقلها بينهم، فضلاً عن حفظها للأجيال القادمة.

ومن الجدير بالذكر هنا أنه لعل ما يؤكد أهمية هذه المرحلة ما يشير إليه العديد من الكتاب في أن ظاهرة الثورة الرقمية والإلكترونية المعاصرة، التي أصبحت المحرك الأساس لتكنولوجيا المعلومات المعاصرة، لا نجد لها مرجعية شبيهة بها إلا في تحول المخطوط إلى المطبوع في القرن الخامس عشر، على اعتبار أن المطبوع وسيلة جديدة لتخزين المعلومات والمعارف وتنظيمها ونشرها.

3. مرحلة الوسائط المسموعة والمرئية (Audio–Visuals)

من جانب آخر فإننا نستطيع اعتبار بدايات اكتشاف وتطوير مصادر المعلومات المسموعة والمرئية، والتي ابتدأت في النصف الأول من القرن التاسع عشر، تحول كبير آخر في مجال تطور في مجال مصادر المعلومات عموماً، ومصادر المعلومات الإعلامية على وجه التحديد. فقد تمكن صموئيل مورس (Samuel Morse) باختراع جهاز التلغراف (Telegraph)، وابتكر طريقة للمراسلة وللكتابة الحديثة آنذاك. ثم جاء اختراع الهاتف من قبل ألكسندر كراهام بل (Bell)، في عام 1876، في الولايات المتحدة الأمريكية. ثم تطور الهاتف بشكل مذهل ليكون جزءاً لا يتجزأ من تكنولوجيا الاتصال والمعلومات المعاصرة . وقد استخدم كراهام بل نفس فكرة تكنولوجيا التلغراف، والتي هي عبارة عن سريان التيار الكهربائي في الأسلاك النحاسية. ومن ثم استبدل بل مطرقة التلغراف بشريحة رقيقة من المعدن تهتز حين تصطدم بها الموجات الصوتية. وبذلك تحول الصوت إلى تيار كهربائي يسري في الأسلاك، ثم تقوم سماعة التلفون بتحويل الذبذبات الكهربائية إلى إشارات صوتية تحاكي الصوت الأصلي الصادر عن الإنسان في الطرف الآخر من الهاتف.

ثم جاء اختراع السينما، بواسطة آلة العرض السينمائي عام 1894، وشاهد الجمهور الفرنسي أول العروض السينمائية في العام الذي تلى ذلك .

وكان عرضاً سينمائياً صامتاً في البداية، تحول فيما بعد، في عام 1928إلى عرض سينمائي ناطق.

وجاء التحول المهم الآخر في مجال مصادر المعلومات المسموعة باختراع المذياع أو الراديو في عام 1906. إلا أن البث الإذاعي المنتظم لم يبدأ حتى عام 1919، في كل من ألمانيا وإيطاليا، وعرض منتظم آخر، في العام الذي تلى ذلك، في الولايات المتحدة الأمريكية، وهكذا.

بعد ذلك جرى تحول مهم آخر في مجال المعلومات المرئية والمسموعة باختراع البث التلفزيوني عام .1928. ثم تلا ذلك تطوير وتحديث لمثل هذه الاختراعات والوسائل الإعلامية المهمة التي عززت من دور مصادر المعلومات المطبوعة، بل وتفاعلت معها في الفترات اللاحقة، لتكون لنا تكنولوجيات جديدة، تقدم المعلومات عموماً، والمعلومات الإعلامية على وجه الخصوص، بأشكال أكثر تشويقاً ورسوخاً في الذاكرة، مقارنة بالوسائل التقليدية التي سبقت ذلك.

4. مرحلة المصغرات الفلمية والبطاقية/ المايكروفورم (Microform)

لقد انتشرت تكنولوجيا المصغرات، سواء المصغرات الفيلمية أو البطاقية في منصف القرن العشرين . ولكن يعود اكتشاف جهاز المايكروفلم إلى ما قبل ذلك . فقد قام العالم الإنكليزي جون بنيامين دانسر (John Benjamin Dancer) في مدينة ليفربول، باختراع جهاز التصوير المصغر، في عام 1839 للميلاد، وبنسبة تصغير كانت قد بلغت (160) مرة. وكان لهذا دور في حفظ وتخزين المعلومات وتسهيل عملية تناقلها . ثم تبع دانسر العالم الفرنسي رينيه داكرون (Rene Dagron) في عام .1864حيث كان جهاز التصوير المصغر قد لعب دوراً كبيراً في عمليات الحفاظ على الرسائل ونقلها، أثناء حصار باريس، بعد أن عزلت عن باقي المدن الفرنسية . حيث قام داكرون بتصوير أكثر من (115000)رسالة مايكروفيلمياً ثم يثبتها في أرجل الحمام، ويرسلها من وإلى باريس، وذلك للفترة من 1870 إلى 1971. ثم تزايد الاهتمام بالمصغرات الفيلمية في الولايات المتحدة الأمريكية، عام 1933، باستخدام ثم البطاقات المصغرة المسطحة المعروفة بإسم المايكروفيش، ثم البطاقة ذات الفتحة المؤطرة المعروفة بإسم (Aperture Card)، في عام 1945. وقد اعتبرت المصغرات، في حينها وفي عشرات من السنين تبعت ذلك، كتكنولوجيا مهمة لخزن واسترجاع المعلومات نظراً

للمزايا المتعددة التي قدمتها لمراكز المعلومات، مقارنة بالأصول الورقية، ومن تلك الميزات:

أ. اقتصاد في أمكنة حفظ المعلومات، حيث أصبح من الممكن حفظ ما يقرب من (30000)صفحة ورقية، بعد تحويلها إلى شكلها المصغر، في درج واحد من أدراج المكتب .وبذلك فإن المصفرات وفرت ما يقرب من (98%)من أمكنة حفظ وتخزين مصادر المعلومات.

ب. سهولة في تداولها وتسويقها وإرسالها بالبريد، عبر المناطق الجغرافية المتباعدة.

ج. سهولة في استرجاع المعلومات المصورة عليه باستخدام أجهزة القراءة (Readers)أو أجهزة القراءة والطبع (Reader–Printers)على الأشكال الورقية .وإن مثل هذه الأجهزة، كانت ولا تزال في بعض مراكز التوثيق والمعلومات، متوفرة بأشكال وأحجام مناسبة مختلفة.

د . الحفاظ على المعلومات من التلف، وكذلك من السرقة والتزوير، مقارنة بالشكل الورقي للمعلومات.

5. مرحلة تكنولوجيا الحواسيب الإلكترونية :

والتي يمكن أن نقسمها إلى مراحل فرعية تطورت فيها الحواسيب بشكل مذهل، والتي يمكن أن تتوزع على الآتي:

أوائل محاولات بناء الحاسوب . أ

حيث تشير الدراسات إلى أن شالز بابيج كان قد صمم حاسوب ميكانيكي ليقوم بالحساب ميكانيكيا باستخدام البطاقات المثقبة، عام 1833، لغرض تخزين البيانات عبر آلة تحليلية .ثم جرت محاولات لإيجاد حل لمشكلة التأخير في جدولة نتائج التعداد السكاني للولايات المتحدة الأمريكية الذي اعد عام . (1880)وفي عام (1887)جرى تطوير مفهوم البطاقات المثقبة الصالحة للقراءة الآلية.

(1940-1959)الجيل الأول للحواسيب .ب

في عام 1948أنتجت شركة IBMأول حاسوب عرف باسم IBM (604) استخدم البطاقات المثقبة في إدخال البيانات واسترجاعها من خلال

وحدة بطاقات خاصة.واستمرت شركة IBMفي إنتاج هذا الحاسوب حتى عام 1960.

إن أبرز سمات الجيل الأول للحواسيب للفترة (1940-1959)هي:

- استخدام الصمامات المفرغة . (Vacuum Tubes)والصمام المفرغ عبارة عن اسطوانة مفرغة من الهواء يبلغ قطرها حوالي ثلاثة سنتمترات وارتفاعها حوالي سبعة سنتمترات.
- وكانت هذه الصمامات تحتاج لجهد كهربائي عالي يبلغ أكثر من (200) فولت.
- لذا فهي كانت تشع الكثير من الحرارة، حيث استخدمت آلاف صمامات المفرغة في الحاسوب الواحد .وتتطلب الكثير من وسائل التبريد.
- حواسيب هذا الجيل كانت:
- كبيرة الحجم، تشغل ما يعادل غرفتين متوسطتي الحجم.
- وهي أيضاً وبطيئة السرعة مقارنة بحواسيب اليوم.
- كذلك فهي كثيرة العطب نتيجة لارتفاع نسبة استهلاك الصمامات.
- كما كانت محدودة القدرة وبخاصة فيما يتعلق بالخزن الداخلي .

وفي هذه الفترة حدثت تطورات مهمة في مجال الاتصالات أثرت فيما بعد على تناقل مختلف أنواع المعلومات، وتبادلها عبر مسافات جغرافية متباعدة .وتمثلت مثل هذه التطورات بإطلاق أقمار الاتصال الصناعية (Satellites)إلى الفضاء الخارجي، مثل القمر السوفيتي سبوتنك (Sputnik) عام 1957، تلاه القمر الأمريكي تلستار (Telstar)عام 1962، ثم مجموعة أقمار المنظمة الدولية للاتصالات الفضائية /إنتلسات (INTELSAT)ابتداء من العام .1965بعد ذلك توالت عمليات إطلاق الأقمار. الصناعية لأغراض تناقل وتبادل مختلف أنواع المعلومات .

(1959-1964) الجيل الثاني للحواسيب ج.

ومن أبرز مميزات حواسيب هذا الجيل ما يأتي:

- استخدام الترانزيستوارت (Transistors)بدلا من الصمامات المفرغة في بنائها.
- يمتاز الترانزيستور على الصمام بأنه اصغر حجما وأسرع عملا.
- أقل كلفة واستهلاكا للطاقة الكهربائية، وأسرع تحسسا للتغير في التيار الكهربي.
- تميزت حواسيب هذا الجيل الأول بزيادة سرعة تنفيذها للعمليات وصغر حجمها وقلة تكلفتها
- تطور أساليب برمجتها .
- تطورت وازدادت قدراتها ووسائط تخزينها (الخزن الداخلي والخزن المساعد)
- إضافة إلى سهولة استعمالها.
- وأخيراً فإن استخدام الترانزيستور قد أدى إلى انخفاض تكلفة أجهزة الحاسوب إلى حد كبير، مما ساعد في سرعة انتشارها.

(COM)د- مرحلة مخرجات الحاسوب المصغرة

حيث تم التفاعل والتزاوج بين تكنولوجيا المصغرات، وخاصة المصغرات البطاقية المسطحة)المايكروفيش (Microfiche/من جهة، وجهاز الحاسوب، من جهة أخرى .وعلى هذا الأساس فإنه في فترة السبعينيات هذه، حدث تطور تكنولوجي مهم في مجال استثمار الحاسوب والمصغرات، بغرض الوصول إلى شكل جديد من تكنولوجيا المعلومات، أطلق عليه مخرجات الحاسوب المصغرة (Computer Output Microforms/COM)

هـ. تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المعاصرة

أما تفاصيل التطورات المختلفة خلال هذه الفترة وابتداء بالجيل الثالث للحواسيب، فيمكننا إيجازها بالآتي:

و. الجيل الثالث للحواسيب وبناء النظم المحلية (1964-1970)

- وقد امتازت حواسيب هذا الجيل بانها استخدمت ما يطلق عليه اسم الدوائر الإلكترونية المتكاملة (Integrated Circuits) المبنية على شرائح من السليكون . (Silicon Chips)

- وتمتاز مرحلة حواسيب الدوائر المتكاملة عن حواسيب الترانزسترات بانها اصغر حجماً، حيث أن طول الدائرة المبنية على شريحة سليكون لا يتجاوز البوصة. وأقل استهلاكا للطاقة الكهربائية وأكثر سرعة.

-كذلك فقد تميزت حواسيب هذا الجيل بصغر حجمها مقارنة مع حواسيب الأجيال السابقة وخفة وزنها وقلة كلفتها. إضافة إلى دقة أداء حواسيب هذا الجيل، مقارنة بحواسيب الجيلين السابقين ،سرعتها في إنجاز العمليات. وقدرتها التخزينية الكبيرة.

-وتميز هذا الجيل أيضا بظهور أحجام متنوعة من الحواسيب بحيث يتلاءم كل منها مع تطبيقات واستخدامات في مجالات محددة، مثل حواسيب الميني الصغيرة (Minicomputers)وهي حواسيب أصغر نسبياً من حيث حجمها وإمكاناتها وبرمجياتها وأقل تكلفة من الحواسيب الأكبر / المتوسطة. (Mainframe)

-في هذه الفترة، في أواخر الستينيات، ظهر استخدام ما يطلق علية اسم النظم المحلية، أي بناء قواعد بيانات محلية (In-house Databases)حيث بدأت بعض المكتبات ومراكز المعلومات في الولايات المتحدة وأوربا بتجارب خاصة في استثمار إمكانات الحواسيب في بعض الإجراءات والعمليات، دون الالتفات إلى مسألة التعاون مع المكتبات والمراكز الأخرى .ومن الأمثلة على تلك المحاولات ما قامت به جامعة مشيغان (Michigan)حيث استخدمت نظاماً يقوم بطباعة إشعارات المطالبة في إجراءات التزويد، واستعجال أوامر التوريد المتأخرة شهرياً .وكان النظام

يكفل بتحديد فترة زمنية يمكن بعدها اعتبار أمر التوريد متأخراً (Overdue)واتخاذ الإجراءات المناسبة بذلك .

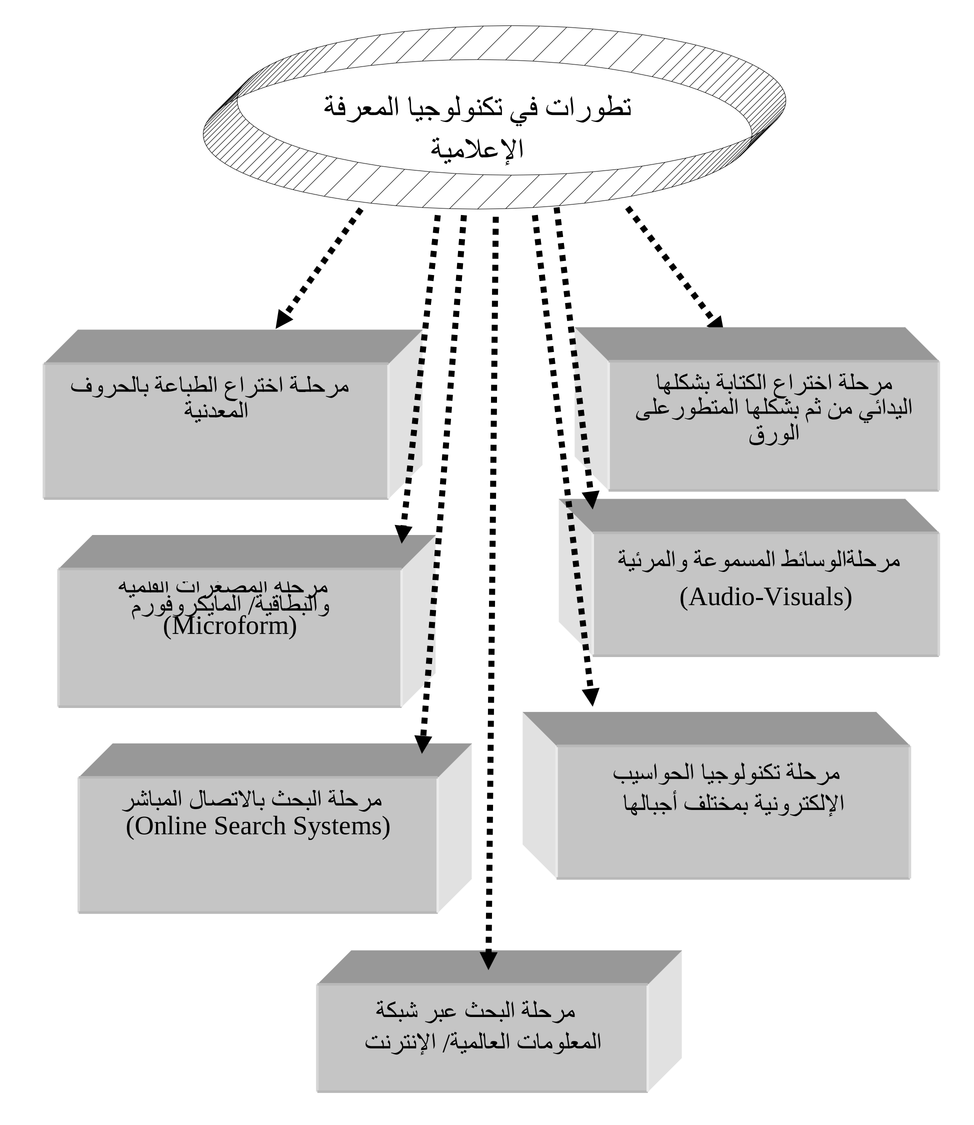
(1970-1980)ز. الجيل الرابع للحواسيب

تتميز حاسبات الجيل الرابع بالتطورات الكبيرة سواء على مستوى المكونات المادية للحاسوب (Hardware) أو على مستوى البرمجيات (Software)فقد تطورت صناعة المكونات والأجهزة والمواد الإلكترونية بشكل كبير ..ومن التطورات المهمة في هذا الجيل ظهور المعالجات المايكروية ((Microcomputersفي منتصف السبعينات ،التي تحتوي على وحدة الحساب ووحدة التحكم في الحاسوب وإنتاج الحواسيب المصغرة أو الدقيقة /المايكروية .(Microcomputers)

وعلى أساس كل ما تقدم فقد تميزت حواسيب هذا الجيل بشكل عام بتطور أساليب صناعتها وبرمجتها وصغر حجمها وزيادة سرعتها وقدرتها التخزينية وزيادة طاقة وحدات الإدخال والإخراج وإمكاناتها وقلة تكلفتها.

6. مرحلة البحث عبر شبكة المعلومات العالمية المعروفة بالإنترنت : وهذا ما سنفصل له في فصول قادمة من الكتاب.

وبعكس المخطط رقم (11) التالي تصوراً موجزاً لتطورات تكنولوجيا المعرفة الإعلامية.



المخطط رقم (11) تصور موجز لتطورات تكنولوجيا المعرفة الإعلامية

خامساً:ملامح إيجابية وأخرى سلبية لمجتمع المعلومات الإعلامية

من المعروف أنه قد تأثر مجتمعنا المعاصر بالمعلومات والمعرفة، وبثورة المعلومات، بشكل مباشر أو غير مباشر . ولكن مثل هذا التأثير أخذ اتجاهين مختلفين، وخاصة في مجتمعاتنا العربية والاسلامية، بشكل خاص ومجتمعات الدول النامية بشكل عام . وهذان الإتجاهان هما:

أ. الاتجاه الأول إيجابياً، لابد لنا من استثماره وتشجيعه،

ب. وكان الاتجاه الثاني سلبياً لابد لنا من فهمه وتأمين المعالجات المناسبة له.

الملامح الإيجابية لمجتمع المعلومات الإعلامية

الملامح الإيجابية لمجتمع المعلومات الإعلامية:

فلما **بالنسبة للملامح الإيجابية** لعصر المعلومات والمعرفة هنالك بعض الميزات والسمات العامة التي انعكست على المجتمع الدولي في العقود القليلة الماضية من عصرنا الحالي، الذي أطلق عليه عصر المعلومات والمعرفة، نستطيع أن نوضحها بالآتي :

1. لابد من التأكيد أولاً على ظاهرة ثورة المعلومات والمعرفة، سواء ما كان منها على مستوى الكم الهائل من مصادر المعلومات المنتجة، التي قدرت كميتها الورقية، في بعض المصادر، بما يكفي أن يغطي مساحة الكرة الأرضية عدة مرات. إضافة إلى تعدد أنواع مصادر المعلومات، الورقية منها والإلكترونية، وتشعب موضوعاتها وتداخلها، وظهور موضوعات جديدة باستمرار . فجاءت تكنولوجيا المعلومات، والتي تفاعلت مع تكنولوجيا الاتصالات، لربط العالم في مجتمع معلوماتي واحد . أو كما وصفه الكثيرين، أصبح العالم قرية صغيرة ينظر لها من خلال شاشة الحاسوب.

2. من جانب آخر فقد أصبح الإنسان المعاصر بحاجة ماسة إلى المعلومات المطلوبة بسرعة كبيرة، ودقة مناسبة، وشمولية وافية، وبأقل جهد ممكن، مهما كان موقعه الجغرافي على خارطة العالم المعاصر.

3. لقد حصل تطور هائل وسريع في مجال تكنولوجيا المعلومات الإعلامية وتكنولوجيا الاتصالات، من حيث كميات المعلومات المخزونة، من جهة، وسرعة معالجتها واسترجاعها، من الجهة الأخرى .فبعد حواسيب الصمامات جاءت حواسيب الترانستر، ثم السيليكون ...الخ. إضافة إلى الأقراص الليزرية أو الأقراص المتراصة أو المكتنزة بكل أنواعها وطاقاتها الإستيعابية من المعلومات. ثم جاءت أقمار الاتصال الصناعية والاتصالات بعيدة المدى، والألياف البصرية، وتفاعلت مع تكنولوجيا تخزين واسترجاع المعلومات، وتؤمن للإنسان المعاصر مختلف الأنواع من شبكات المعلومات التعاونية، ابتداءً من الشبكات المحلية والإقليمية وانتهاء بشبكة إنترنت العملاقة.

4. لقد أصبحت المعلومات والمعرفة، ومنها المعلومات الإعلامية، بمثابة سلعة تسوق وأصبحت مورداً أساسياً في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والإدارية والعلمية والسياسية .وعلى هذا الأساس فقد حدث نمو كبير في المجتمعات المعتمدة على المعلومات، بل وتحولت المجتمعات الصناعية، أو مجتمعات الثورة الصناعية، إلى مجتمعات معلوماتية ومعرفية، وأصبحت المعلومات هي المواد الأولية، كما كان الفحم والحديد والصلب المواد الأولية لنفس المجتمعات في بداية القرن العشرين، وبداية الثورة الصناعية.

5. ظهور ما يسمى بظاهرة الذكاء الاصطناعي، المرتبطة بالحواسيب الإلكترونية، الذي يدعو العديدين من العلماء في الدول الصناعية إلى الاعتقاد بأن الحواسيب ستساعد الإنسان، أو ربما تحل محله، في القيام بالعمليات الإبداعية .

6. لقد ساعدت تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات في ظهور نظم متكاملة للمعلومات، ومنها المعلومات الإعلامية، على مستوى المؤسسات الرسمية وغير الرسمية، في الدول الصناعية وفي عدد من الدول النامية .كذلك على مستوى النظم والشبكات الوطنية والقطاعية للمعلومات .بل وأكثر من ذلك فقد امتدت مثل تلك النظم والشبكات على المستويين الإقليمي والدولي أيضاً .

من جانب آخر فقد جلبت ثورة المعلومات والمعرفة الجديدة هذه معها عدداً من **العيوب والسلبيات** على مجتمع المعلومات والمعرفة الجديد، وخاصة بما يتعلق بالدول النامية، من أهمها:

1. إن لتوزيع الجغرافي لايزال غير متناسب من حيث الكم والنوع بالنسبة للمعلومات والمعارف، ومنها المعلومات والمعارف الإعلامية .ففي الوقت الذي تتوفر فيه كل أنواع المعلومات والمعارف في منطقة محددة من العالم، يوجد فقر شديد للمعلومات في مناطق أخرى .فالدول المقتدرة الصناعية تتوفر لها جميع أنواع المعلومات، وجميع أنواع تكنولوجيات المعلومات والاتصالات، بينما زادت الدول النامية فقراً، وأحياناً عزلة، في هذا المجال .بل وأصبح يحجب عن بعضها المعلومات المهمة .
2. همالك سيطرة على المعلومات، وأمنية للمعلومات، وهنالك قرصنة المعلومات وفيروسات الحواسيب، أصبحت من الأمور التي تقلق الدول النامية والدول الصناعية على حد سواء . إضافة إلى ما هو متعارف عليه بإسم حقوق التأليف والنشر، والتشريعات الحكومية الخاصة بتدفق المعلومات أصبحت تحد من تدفق المعلومات، ومنها المعلومات الإعلامية.
3. الحواجز اللغوية، خاصة وأن معظم المعلومات هي ليست بلغات الدول النامية، ومنها الدول المتحدثة باللغة العربية.
4. دور الجهات المعنية، وخاصة في الدول النامية، في حجب أنواع مختلفة من المعلومات، الإعلامية منها وغير الإعلامية، تحت ذرائع وحجج اجتماعية وسياسية ودينية مختلفة، مما قد يؤثر سلباً في وصول المراسلين والباحثين الحقيقيين إلى المعلومات المطلوبة.
5. استخدام تكنولوجيا المعلومات كمظهر حضاري فحسب، في العديد من مجتمعات الدول النامية، ومنها الدول العربية . وأصبح الدافع الأساس هو المباهاة الإعلامية أو الاجتماعية، أكثر منه الاستفادة من المعلومات للوصول إلى المعرفة، ومن ثم إنتاج معلومات جديدة مفيدة عنها. كذلك فقد اقتصر استثمار العديد من الدول النامية للتكنولوجيات على شراء واقتناء الأجهزة، أو تجميع أجزاءها المستوردة .ولم تعط فرصة للدخول الفعلي في مجال المعرفة (Know How)والتصنيع، ومعرفة أسرار

وتطورات مثل تلك التكنولوجيات، مع وجود استثناءات هنا وهناك، بموافقة ومباركة بعض الدول الصناعية، أو حتى بالرغم منها.

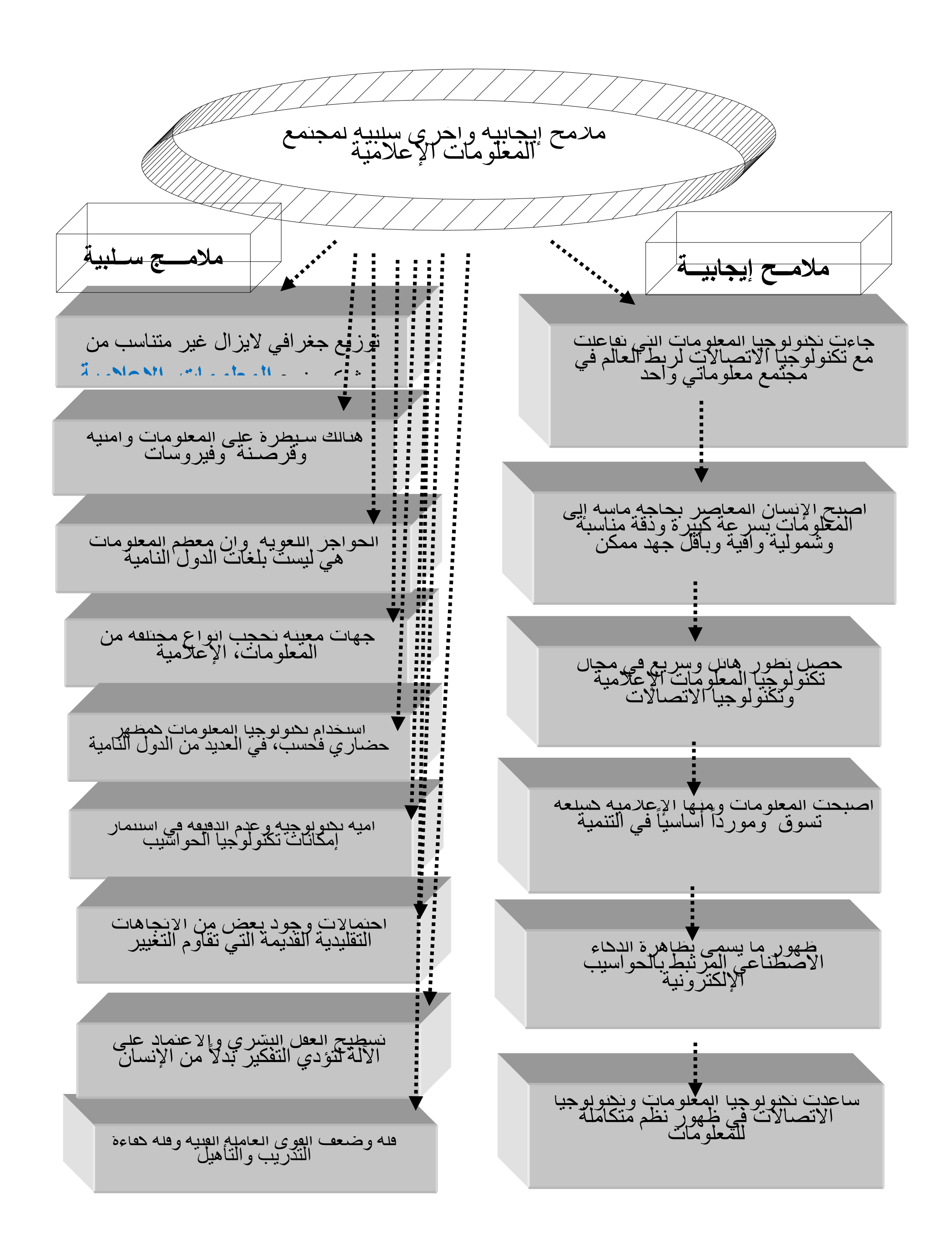
6. الأمية التكنولوجية، وعدم المعرفة الدقيقة في استثمار إمكانات تكنولوجيا الحواسيب خصوصاً والتكنولوجيات الأخرى المصاحبة لها، لا زالت عقبة تقف في وجه العديد من إفراد المجتمع، في عموم المجتمعات المستخدمة لمثل هذه التكنولوجيات، إلا أنه في المجتمعات النامية أكثر منه في المجتمعات الصناعية.

7. احتمالات وجود بعض من الاتجاهات التقليدية القديمة التي تقاوم التغيير ، وبيئة تكنولوجية ضعيفة، وغياب التنسيق بين المتخصصين في علوم الحواسيب والبرمجة من جهة، وبين المتخصصين في التعامل الموضوعي مع مصادر المعلومات في مراكز المعلومات .إضافة إلى.

8. يعتقد بعض المفكرين إلي أن الاعتماد الكبير على تكنولوجيا المعلومات، وخاصة بعد ظهور مسألة الذكاء الاصطناعي، سيؤدي إلى ما يسمى بتسطيح العقل البشري، والاعتماد على الآلة لتؤدي التفكير، بدلاً من الإنسان، والقيام بالخطوات الإبداعية المطلوبة.

9. قلة أو ضعف القوى العاملة الفنية، والناتجة عن قلة الكفاءة في التدريب والتأهيل، خاصة وأن التغييرات سريعة ومتتالية في مجال ظهور الحواسيب الحديثة المختلفة، وكذلك ظهور في التكنولوجيات المصاحبة الأخرى لها.

ويعكس المخطط رقم (12) التالي تصوراً موجزاً لملامح إيجابية وأخرى سلبية لمجتمع المعلومات الإعلامية.



ملامح إيجابيه واخرى سلبيه لمجتمع المعلومات الإعلامية
ملامـــح سـلبية
ملامــح إيجابيـــة
توزيع جغرافي لايزال غير متناسب من
هنالك سيطرة على المعلومات وامنيه وقرصنة وفيروسات
الحواجز اللغويه وان معظم المعلومات هي ليست بلغات الدول النامية
جهات معينه تحجب انواع مختلفه من المعلومات، الإعلامية
استخدام تكنولوجيا المعلومات كمظهر حضاري فحسب، في العديد من الدول النامية
اميه تكنولوجيه وعدم الدقيقه في استثمار إمكانات تكنولوجيا الحواسيب
احتمالات وجود بعض من الاتجاهات التقليدية القديمة التي تقاوم التغيير
تسطيح العقل البشري والاعتماد على الآلة لتؤدي التفكير بدلاً من الإنسان
قله وضعف القوى العامله الفنيه وقله كفاءة التدريب والتأهيل
جاءت تكنولوجيا المعلومات التي تفاعلت مع تكنولوجيا الاتصالات لربط العالم في مجتمع معلوماتي واحد
اصبح الإنسان المعاصر بحاجه ماسه إلى المعلومات بسرعة كبيرة ودقة مناسبة وشمولية وافية وبأقل جهد ممكن
حصل تطور هائل وسريع في مجال تكنولوجيا المعلومات الإعلامية وتكنولوجيا الاتصالات
اصبحت المعلومات ومنها الإعلاميه كسلعه تسوق وموردا أساسياً في التنمية
ظهور ما يسمى بظاهرة الذكاء الاصطناعي المرتبط بالحواسيب الإلكترونية
ساعدت تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات في ظهور نظم متكاملة للمعلومات

المخطط رقم (12) تصور موجز للملامح الإيجابية والسلبية لمجتمع المعلومات الإعلامية

سادساً: ثورة المعلومـات الإعلامية والموقف منـها

إبتداءاً لا بد لنا من التأكيد أولاً على ما ذهب إليه الكثير من الكتاب والمفكرين والإعلاميين من أن الاستخدام الجيد والمدروس للمعلومات، والمعلومات الإعلامية على وجه التحديد، هو الذي يقود الصحفي والإعلامي إلى المعرفة المطلوبة، وإلى النجــاح في عرض وتقديم أفضل الأخبار والمعلومات المطلوبة منـه. فالمعرفة بالشيء هي أساس كل التحولات والتطورات الإعلامية والاقتصادية والإجتماعية والحياتية الأخرى. وهنا لابد لنا من الإعتراف والتأكيد على أن التحولات الجديدة التي نشهدها اليوم في مجال المعلومات والمعلوماتية الإعلامية، هي التـي فرضت علينا قبول، بل واستخدام مفاهيم معاصرة، مثل عصر المعلومات الإعلامية، أو عصر المعرفة الإعلامية. فضلاً عن تعابير معاصرة أخرى نثل ثورة المعلومات الإعلامية، ومجتمع المعلومات والمعرفة، وما شابه ذلك من التعابير المرادفة للمعلومات والمعرفة.

وعلى أساس ما تقدم فإنه لا غرابة اذا ما أطلق البعض على عصرنا الحاضر، الذي نعيشه اليوم، عصر المعلومات، ومنها المعلومات الإعلامية، أو عصر المعرفة الإعلامية. ففي ضوء الاعتماد المتزايد على المعلومات، واستثمارها الأمثل للوصول إلى المعرفة المطلوبة، على صعيد مختلف النشاطات والتطورات المعاصرة، وفي مختلف أوجه النشاطات الإعلامية والاقتصادية والحياتية الأخرى

ومن المعروف أن عصر المعلومات والمعرفة، الذي نعيشه اليوم، والذي كان قد خلف عصر الصناعة وعصر الطاقة، وخلف هذا الأخير عصر الزراعة وعصر الغذاء الذي سبقه. ولكننا لا بد من أن نعترف بأنه بالرغم من دخولنا في عصر المعلومات والمعرفة، إلا أنه لا يزال الغذاء، من جهة، والطاقة بكل أبعادها، من جهة أخرى، يشكلان تحدياً إنسانياً، بسبب تناقصهما .فالغذاء والطاقة، وتناقص مصادرهما، بشكل عام، يقابل ذلك زيادة حادة ومستمرة في عدد نفوس العالم من جانب آخر فإن المعلومات والمعرفة، كمورد معاصر مهم، هي في حالة تزايد، ولا تشكو من تناقص، كما هو الحال مع موردي الغذاء والطاقة . وإن مثل هذا التزايد في المعلومات، ومنها المعلومات الإعلامية، من المفروض أن يقود الإنسان إلى المزيد من المعرفة، وإلى اكتشاف الجديد. فالمعلومات تختلف عن الغذاء

والطاقة، فهي لا يمكن لها أن تنفذ من خلال الاستعمال، بل على العكس، فهي، أي المعلومات، تنمو بنمو الحاجة إليها، وتزداد وتتطور كلما استخدمناها .كذلك فإن المعلومات والمعرفة تستطيعان أن تلعبا دوراً مهماً في تحديد وإيجاد البدائل الممكنة في تعويض النقص الهائل في الغذاء والطاقة، وفي تحديد الوسائل الجديدة لزيادة إمداداتهما، أي إمدادات الغذاء والطاقة، بالطرق والمقادير المعاصرة الممكنة.

إن ظاهرة عصر المعلومات والمعرفة وثورة المعلومات والمعرفة، ومنها المعلومات والمعرفة الإعلامية، في واقعنا المعاصر الذي نعيشه، هو أمر لابد من التعايش معه إذن، ولا بد من الانتباه إلى تفاعلاته ومردوداته السلبية والإيجابية، سواء ما كان منه على مستوى الكم الهائل من المعلومات والمعارف المنتجة الذي تبث وتضخ عبر الوسائط والتكنولوجيات المتعددة الأوجه، من مختلف مناطق العالم، أو بنوعية وأشكال الأوعية المختلفة الناقلة لمثل هذه المعلومات، المقروءة منها والمسموعة والمرئية، الورقية منها والإلكترونية، في مختلف الموضوعات، المتشعبة والمتداخلة .ومما هو جدير بالتذكير أن تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات، هما أساس المعرفة المعاصرة، وقد جاءتا كنتيجة حتمية للحاجة الى تأمين السيطرة على الكم الهائل من المعلومات وتهيئتها للمستفيدين بالسرعة والشمولية والدقة التي يتطلبها منطق العصر، ومن أية بقعة جغرافية في هذا العالم .هذا العالم الذي أصبح يمثل بقرية صغيرة ينظر إليها الإنسان من خلال شاشة الحاسوب أو التلفاز، وخاصة ذلك التلفاز الشبكي والرقمي الحديث.

كذلك فإن المعطيات والمردودات الإيجابية التي حصل ويحصل عليها عالمنا المعاصر من ثورة المعلومات، وخاصة الدول الصناعية الغربية هي كبيرة وكثيرة، يقابلها من الجانب الآخر عدد لا يستهان به من السلبيات، التي انعكست في معظمها على الدول النامية، ومنها العديد من دولنا العربية.

فالمعلومات الإعلامية، والمعرفة التي تقود إليها المعلومات، قد أصبحت سلعة تسوق، وموردا "أساسيا "للصراع السياسي والعسكري بالنسبة لمعظم دول الشمال الصناعية، وهي مورد مهم للتنمية بكل جوانبها الاقتصادية والعلمية والاجتماعية والسياسية بالنسبة لمعظم دول الجنوب النامية .فالدول الصناعية المقتدرة تكنولوجيا "تتوفر لها مختلف أنواع المعلومات والمعارف، حيث أن مختلف أنواع تكنولوجيات الحواسيب المتطورة والاتصالات والليزريات هي، في معظمها، بيد هذه الدول الصناعية .وبذلك فإن معظم الدول النامية ازدادت فقرا "وعزلة كنتيجة لذلك .

وبغرض أن تكون المعلومات الإعلامية المتوفرة، أو التي يمكن أن تتوفر لدينا، في عالمينا العربي والإسلامي، مفيدة ونافعة، لنتمكن من تحويلها إلى معرفة، لابد من توافر عدد من الخصائص المتمثلة بالدقة، التي تتمثل بالنوعية الجيدة للمعلومات .أي أنه ينبغي أن تكون المعلومات التي تقدم للمستفيد في صورتها الجيدة والدقيقة، الخالية من الأخطاء .وذلك يأتي من تأكد الجهة المعنية بتجميع ومعالجة البيانات بأن مثل تلك البيانات، التي ستتحول إلى معلومات بعد المعالجة، في نظم المعلومات المحوسبة، هي دقيقة .كذلك يطلب تقديم المعلومات واسترجاعها للمستفيد وصاحب القرار بالسرعة المناسبة، وفي الوقت المناسب .حيث أن الفترة الزمنية المناسبة لحصول المستفيد المعاصر على المعلومات التي يحتاجها أمر في غاية الأهمية .فتقديم المعلومات المطلوبة، وإن كانت جيدة ودقيقة، بشكل متأخر، وفي غير موعدها، للباحث أو لصانع القرار، قد لا تفيده في شيء، لأنها جاءت متأخرة .

ولابد من التأكد من وضوح المعلومات، أي أن تكون مثل تلك المعلومات بعيدة عن الغموض واللبس والخلط غير المبرر، مع موضوعات أخرى .وبعبارة أوضح فإنه لابد من التأكد من صلاحية :وملائمة المعلومات لاحتياجات المستفيد، وإنها منسجمة مع تطلعاته والواجبات المطلوب منه أداءها على الوجه الصحيح .وقد تختلف القيمة الموضوعية والصلاحية من شخص إلى آخر، فما هو مناسب من معلومات لباحث أو إعلامي أو صانع قرار، أو مستفيد معين آخر، ليس بالضرورة أن يكون مناسباً لآخر .وعلى هذا الأساس فلابد من التأكيد على شعار "المعلومات المناسبة، للشخص المناسب، في الوقت المناسب، "والذي ينبغي أن يتبناه كل مركز أو نظام للمعلومات.

من جانب آخر فإنه ينبغي علينا أن لا نغفل مبدأ التكامل والشمولية في التعامل مع المعلومات الإعلامية، ونعني بذلك تأمين كل جوانب احتياجات القارئ والمستفيد وتغطية مختلف جوانب موضوعه، دون نقصان في هذا الجانب أو ذاك من الموضوع الذي يقرأ أو يسمع عنها ويبحث ويحتاجها . ولا تتعارض الشمولية مع الجوانب الأخر من سمات المعلومات الجيدة، كالصلاحية والصلة الوثيقة بالموضوع ، والدقة . ويذهب العديد من الكتاب إلى أنه كلما زادت نسبة الاكتمال في المعلومات كلما كانت أكثر فائدة للقارئ والمستفيد .

وأخيراً قد نضيف سمة لا تقل أهمية إلى المعلومات الإعلامية المطلوبة، بأنها ينبغي أن تكون موضوعية .أي أنها تكون بعيدة عن التحيز. حيث أن العديد من المعلومات، وخاصة في مجالات العلوم الإنسانية والاجتماعية والسياسية، ومنها الإعلام، قد تميل إلى التحيز لأفكار أو اتجاهات محددة، بمعزل عن الأنظمة والاتجاهات الأخرى المختلفة معها .لذا فإن مثل تلك المعلومات ينبغي أن تكون موثقة وقابلة للتحقق . أي أنها تكون قابلة للمراجعة والفحص والتحقق من صحتها ودقتها.

المصادر المعتمدة في الفصل

(1) أبو إصبع . صالح خليل . (2010) ، الإتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. عمان، دار البركة.

(2) أبو الخير، السيد مصطفى أحمد. إستراتيجية فرض العولمة: الآليات ووسائل الحماية. (2008). القاهرة، إيتراك للطباعة والنشر.

(3) بال، فرنسيس وجيرار إيميري (2001). وسائل الإعلام الجديدة. ترجمة فريد أنطونيوس. بيروت، عويدات للنشر والطباعة.

(4) البدوي، محمد علي (2006). دراسات سوسيو إعلامية. بيروت، دار النهضة العربية،.

(5) البرغوثي، بشير شريف. ويعقوب خالد البهبهاني. (2003) .النظام الإعلامي الجديد، عمان، دار رؤى.

(6) دهبية، محمد محمود (2007) . الإعلام المعاصر. عمان، دار أجنادين.

(7) شومان، محمد. في ضوء ثورة الإعلام هل نقول وداعاً للصحافة والإذاعة والتلفزيون؟ تحديات اجتماعية وثقافية تطرحها وسائل الإعلام الجديدة http://www.suhuf.net.sa/2001jaz/dec/27/ar2.htm

(8) عبد الرزاق ، إنتصار إبراهيم وصفد حسام الساموك (2011). الإعلام الجديد. بغداد، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة بغداد، الطبعة الألكترونية ، سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع.

(9) قنديلجي، عامر (2011). مصادر المعلومات الإعلامية. دار المسيرة.

(10) قنديلجي، عامر و ربحي عليان و إيمان السامرائي. (2009). مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية. عمان، دار اليازوري.

الفصل الرابــع

مصادر المعلومات الإعلامية ووسائلها

أولاً: توجهات عـامة في تصنيف مصادر المعلومات الإعلامية.
ثانياً: مصادر المعلومات الإعلامية حسب مضامينها ومحتواها.
ثالثاً: مصادر المعلومات الإعلامية حسب جهات إصدارها.
رابعاً: مصادر المعلومات الإعلامية حسب طبيعة نشرها وإتاحتها.
خامساً: مصادر المعلومات الإعلامية حسب طبيعة أستخدامها.
سادساً: مصادر المعلومات الإعلامية حسب أوعيتها وشكلها المادي.
سابعاً: مشاكل التعامل مع مصادر المعلومات الإعلامية الورقية.
ثامنا: مصادر المعلومات الإعلامية ما بعد الورقية.
تاسعـاً: مصادر المعلومات الإعلامية الإلكترونية.
المصادر المعتمدة في الفصل

أولاً:توجهات عامة في تصنيف مصادر المعلومات الإعلامية

إبتداءً نستطيع أن نعرف مصدر المعلومات بأنه الوعاء أو الوسيلة التي يمكن عن طريقها نقل الافكار والآراء إلى المستفيدين منها والمعنيين بها. فالصحيفة (الجريدة)، والمجلة، والكتاب، والإنترنت، كلها مصادر للمعلومات الإعلامية التي يسعى إليها المستقبل ويحتاج إلى معلوماتها.

ويختلف الخبراء والمتخصصون والكتاب في هذا الميدان، حول تقسيم وتصنيف مصادر ووسائط الإعلام والمعلومات، نظراً لتعدد مستوياتها واختلاف أغراض استخدامها،،بالإضافة الى المنظور التحليلي الذي يختلف من مدرسة الى أخرى.وعلى أية حال ،يمكن تقسيم أهم التصنيفات تلك على النحو الآتي:

1. يقسم فريق من خبراء الاتصال والعلاقات العامة وسائل ووسائط الاتصال الى مجموعتين رئيسيتين الأولى تمثل أدوات او وسائل تتضمن الصحف والمجلات والنشرات والكتب والملصقات بأنواعها،وتعرف بأسم "مجموعة الكلمات المكتوبة".أما المجموعة الثانية،فيطلق عليها أسم "مجموعة الكلمات المنطوقة " وتتضمن الراديو والتلفزيون،المسرح،المحاضرة..الخ.

2. **يقسم** فريق آخر من المتخصصين في هذا الميدان وسائط ووسائل الاتصال والإعلام الى مجموعتين أيضاً، وذلك حسب درجة الأداء وتضم المجموعة الأولى،وسائل الاتصال "سريعة الأداء" وهي التي لا تتيح فرصة طويلة لتفكير عميق في الرسالة. وتضم هذه المجموعة الصحف اليومية والإسبوعية، والملصقات، والنشرات، وكذلك السينما والراديو والتلفزيون التي تتميز عادة برامجها الإخبارية بكثرة الموضوعات وقلة التحليل. أما المجموعة الثانية فتضم كافة وسائل الاتصال والإعلام التي تتيح للجمهور فرصة طويلة (نسبيا) لتصارع الأفكار، وممارسة التحليل الكافي. ولهذا تعتبر المجلات الشهرية والمسلسلات السمعية الإذاعية، وكذلك المسموعة والنرئية (التلفزة) ، والأحاديث المتتابعة في موضوع واحد، هي كلها ذات تأثير بطيء الأداء.

3. يذهب فريق ثالث من المختصين في هذا الميدان الى تقسيم وسائط ووسائل الاتصال والإعلام تبعاً للعوامل التي تتأثر بها بصورة مباشرة (أي الحواس)،فيقسمون هذه الوسائل الى وسائل سمعية - بصرية،وسمعية بصرية،راديو ،صحيفة،تلفزيون.

4. أما الفريق الرابع من خبراء الاتصال،فيعتبر ان وسيلة الاتصال قد تكون وسائل مقروءة، كالصحف والمجلات،والكتب،أو وسائل سمعية كالإذاعة، أو وسائل بصرية كاللوحة الفنية، أو وسائل بصرية كالمسرح والسينما والتلفزيون،ووسائل شخصية كالمقابلة الحوارية.

إلا أنه ومن جانب آخر يرى العديد من الكتاب والمهتمين في موضوع الإعلام ووسائل الإعلام ومصادر المعلومات الإعلامية، إن التوجه نحو تقسيم مثل تلك المعلومات بشكلها العام، يكون وفق طرق وإتجاهات متعددة. وعلى هذا الأساس فإننا نستطيع أن نحدد مثل تلك التوجهات، في تقسيم وتصنيف مثل تلك المعلومات بوسائلها ومصادرها الإعلامبة المختلفة يالآتي:

أولاً: مصادر المعلومات الإعلامية حسب مضامينها أو محتواها.

ثانياً: مصادر المعلومات الإعلامية حسب جهات إصدارها

ثالثاً: مصادر المعلومات الإعلامية حسب طبيعة نشرها .

رابعاً: مصادر المعلومات الإعلامية حسب طبيعة إستخدامها

خامساً: مصادر المعلومات الإعلامية حسب تطور أوعيتها ووسائطها الناقلة لها،

سادساً: مصادر المعلومات الإعلامية حسب إتاحتها للمستفيدين.

سابعاً: توجهات أخرى في تصنيف وتقسيم مصادر المعلومات الإعلامية.

وسنفصل لمثل هذه التوجهات والطرق المختلفة في تصنيف وتقسيم مصادر المعلومات الإعلامية في الصفحات القادمة من الفصل.

ثانياً :مصادر المعلومات الإعلامية حسب مضامينها ومحتواها

في تقسيم المعلومات الإعلامية بحسب مضمونها ومحتواتها هنالك معلومات إعلامية أولية، أو معلومات إعلامية من الدرجة الأولى، ومعلومات إعلامية أخرى من الدرجة الثانية. ولكن قد يضيف البعض نوعاً أخيراً هو المعلومات الإعلامية من الدرجة الثالثة. وفيما يأتي تفصيل لمثل هذه التقسيمات.

1. معلومات إعلامية من الدرجة الأولى Primary Sources

ونسمى أيضاً معلومات أولية. هي عبارة غن الأخبار والمعلومات والأفكار الجديدة، والتي تطرح لأول مرة. حيث أن المتحدث أو الكاتب قام بتسجيلها أو إذلعتها أو نشرها لأول مرة. كذلك فان مثل هذه المغلومات والأخبار لم تكن معروفة سابقاً، أو أنها كانت معروفة ولكن بشكل آخر وإتجاه آخر مغاير. كذلك فهي الأخبار والمعلومات التي يقوم الكاتب والباحث الإعلامي بتسجيلها عن طريق الملاحظة المباشرة، أو أنه جمعها وشاهدها ميدانياً.

من جانب آخر فإننا نستطيع تحديد هذا النوع من الأخبار والمعلومات الإعلامية من خلال الأوعية والمصادر التي تحملها إلينا وامتمثلة بالآتي:

أ. الأخبار والمعلومات الواردة من خلال المطبوعات الحكومية والرسمية. حيث تصدر المؤسسات الحكومية الرسمية عادة مجاميع من الأخبار والمعلومات المتعلقة بالقوانين والأنظمة والتشريعات والتعليمات الأخرى الجديدة بين فترة وأخرى.

ب. الأخبار والمعلومات المنشورة في الصحف والمجلات والدوريات، والتي غالباً ما تنشر معلومات لأول مرة نتيجة لموقعها وتجاربها، ونتائج تحرياتها وبحوثها.

ت. الأخبار والمعلومات الواردة في المذكرات Diaries والسير الذاتية Biographies التي يدونها أصحابها من المشاهير، والمرتبطة بأمور سياسية وإجتماعية، وطنية وقومية، مرتبطة بمسيرتهم وتجاربهم. أو قد يدونها بعض من الكتاب المخولين المقربين، الذين رافقوا مثل تلك الشخصيات المهمة في مسيرتهم.

ث. أخبار ومعلومات شهود العيان، الذين عاصروا وشاهدوا أحداث، خاصة إذا كان مثل هؤلاء موضوع ثقة في نقل الأخبار، ولا غاية لهم من نقلها.

هـ. وقائع المؤتمرات Conferences Proceedings . حيث يستعرض وينشر عدد من الباحثين أخبارهم ومعلوماتهم التي توصلوا إليها في تخصص محدد، أو مجموعة من التخصصات. ويشترط في مثل هؤلاء الكتاب والمشاركين في مثل هذه المؤتمرات أن يأتوا بشيء جديد، لم يكن معروفاً سابقاً، أو أنه كان معروفاً ولكن بإتجاه آخر قد يكون مختلفاً تماماً.

و. نتائج أطروحات الدكتوراه ورسائل الماجستير الجامعية Thesis and Dissertations: حيث تعتبر المعلومات والنتائج التي يتوصل إليها الباحثون على مستوى الدكتوراه، والذين يكتبون أطاريحهم، ويتوصلون إلى نتائج وحقائق معلومات جديدة، لم تكن معروفة من قبل. وكذلك العديد من طلبة الماجستير الذين يكتبون رسائلهم الجامعية، والذين قد يتوصلون إلى حقائق ومعلومات جديدة أيضاً.

ز. معلومات من مصادر أخرى كبراءات الإختراع Patents ، والأدلة الصادرة عن الجمعيات والمنظمات، وامواصفات والمقاييس، وبراءات الإختراع ، والوثائق التاريخية وأية أخبار ومعلومات إعلامية وحقائق تنشر لأول مرة.

وقد يتم تقسيم مصادر الأخبار والمعلومات الإعلامية الأولية إلى مصادر معلومات أولية وثائقية، منشورة لأول مرة في المطبوعات الدورية أو الدوريات، وأعمال المؤتمرات، والمطبوعات الرسمية، والوثائق الإعلامية .

أما مصادر المعلومات غير المنشورة فتشمل اليوميات والمراسلات الشخصية وسجلات وملفات الشركات وملفات الأشخاص والمواد الأرشيفية الأخرى .

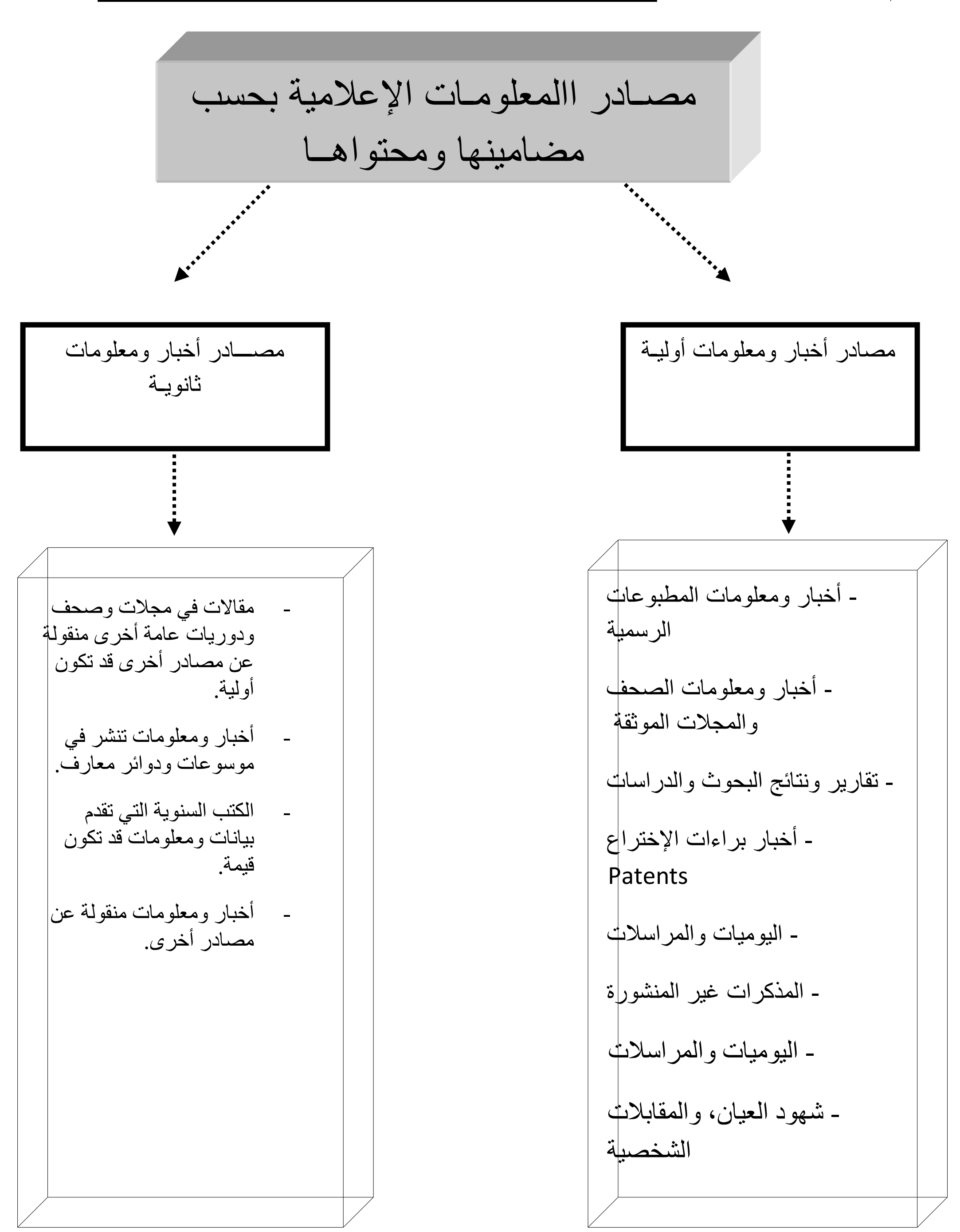
2. معلومات إعلامية ثانوية، أو من الدرجة الثانية Secondary Sources:

وهي أخبار ومعلومات اعتمدت مادتها وأفكارها على المعلومات ومصادر المعلومات الأولية، ونقلت عنها حرفياً أو بإسلوب مغاير. حيث يتم نقل مثل تلك الأخبار والمعلومات، وإعادة صياغة البعض منها، وقد يضاف لها بعض التفسيرات اللغوية، أو يحذف منها، حسب الجهة التي قامت بنقل تلك المعلومات وتوجهاتها وغاياتها. ويرى البعض بأن مثل هذه المعلومات لا تقل في أهميتها عن المعلومات الأولية، خاصة إذا لم تتوفر بياناتها ومعلوماتها من مصادر أخرى، أولية. وعادة ما تأتي مثل هذه المعلومات الثانوية بأشكال ومصادر عدة مثل:

- مقالات في مجلات وصحف ودوريات عامة أخرى. حيث تنشر الصحف اليومية والأسبوعية أخبار ومعلومات يستفيد منها الإعلاميون والباحثون الآخرون، وقد لاليستغنون عنها في السعي وراء مثل تلك الأخبار والمعلومات.
- أخبار ومعلومات تنشر في موسوعات ودوائر معارف Encyclopedias وفيها الكثير من البيانات والمعلومات الهامة بالنسبة للقراء والباحثين الإعلاميين منهم وغير الإعلاميين، وباللغات العربية والإنكليزية وغيرها من اللغات.
- أخبار ومعلومات تنشر في الأطالس ومعاجم المناطق الجغرافية Atlases and Gazetteers. والتي تزود الباحثينالإعلاميين بمعلومات جغرافية مهمة يحتاجونها.
- الكتب السنوية والحوليات Yearbooks and Annuals . حيث تقدم أخبار ومعلومات قيمة وإحصاءات يستفاد منها، وقد لاتكون مثل تلك الأخبار والمعلومات متوافرة في مصادر أخرى.

من جانب آخر، وكم نوهنا سابقاً قد يضيف بعض الكتاب نوعاً ثالثاً تحت مسمى مصادر من الدرجة الثالثة، تتمث في قوائم المؤلفات أو البيليوغرافيات والكشافت، التي ترشدنا إلى مصادر المعلومات من النوعين الأول والثاني. وكذلك أدلة النتاج الفكري التي تقودنا إلى ما نتحرى ونفتش عنه من مصادر معلومات. وبعبارة أوضح مصادر المعلومات من الدرجة الثالثة هي التي ترشدنا إلى مصادر المعلومات من النوعين الأول والثاني.

ويمثل المخطط التالي (13) تصوراً لمثل هذا النوع من تقسيم المعلومات حسب المضمون إلى أولية وثانوية .



مخطط رقم (13) تصنبف مصادر الأخبار والمعلومات الإعلامية حسب مضامينها

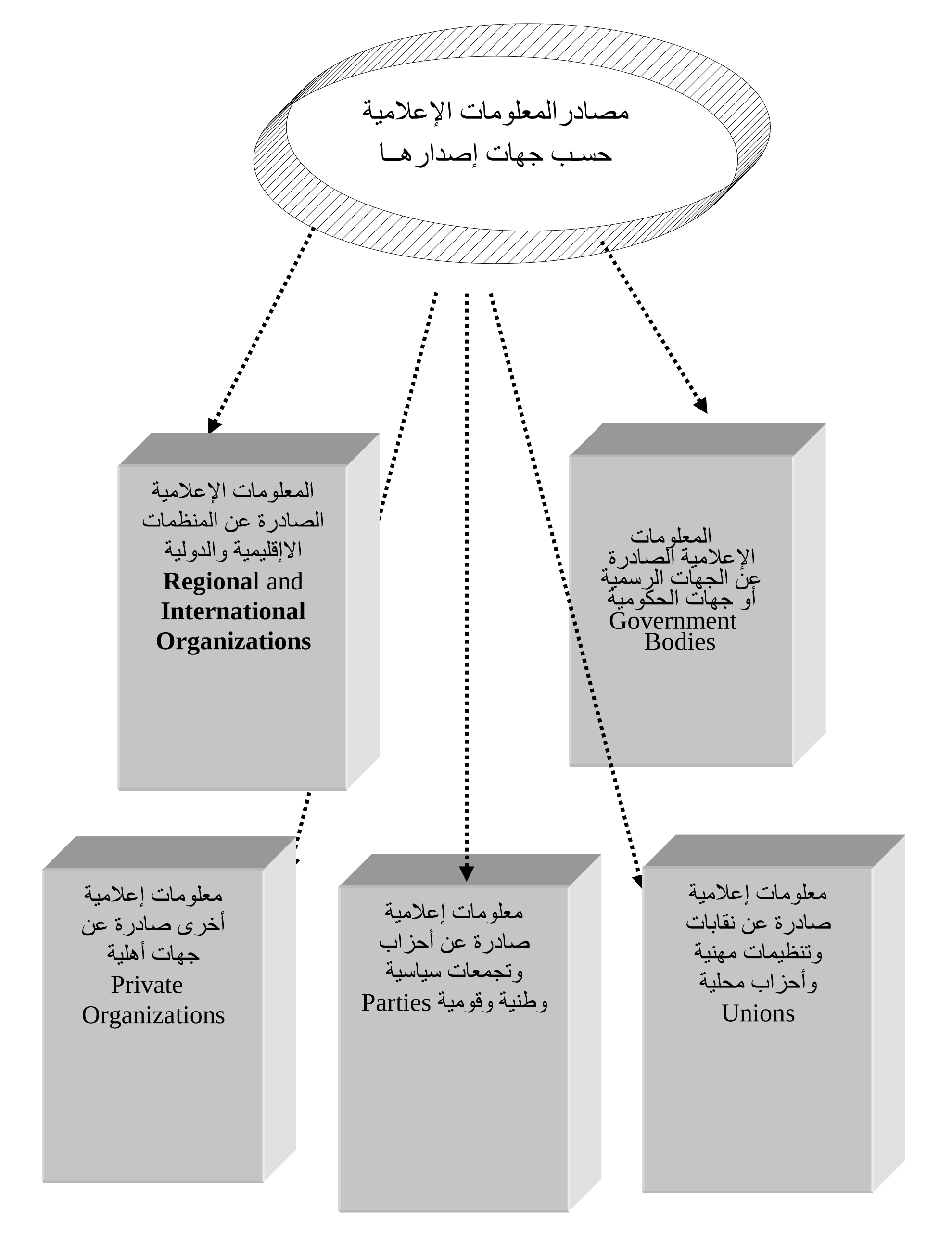
ثالثــاً: تصنيف مصادر المعلومات الإعلامية

حسب جهات إصدارها

ويتمثل هذا التصنيف لمصادر المعلومات الإعلامية بحسب الجهات المسؤولة عن إصدارها. فهنالك ما يسمى بالمعلومات الإعلامية الرسمية أو الحكومية، وهنالك المعلومات الإعلامية غير الحكومية . وكذلك هنالك المعلومات الحزبية والنقابية، والمعلومات الأهلية، و المعلومات الصادرة عن المنظمات الدولية والمنظمات الإقليمية، وهكذا.

1. **أخبار ومعلومات صادرة عن الجهات رسمية أو حكومية Government Bodies:** حيث تصدر الكثير مثل هذه الجهات كماً من المعلومات المهمة والمفيدة للإعلاميين وغير الإعلاميين، والتي لا يمكن الإستغناء عنها.
2. **أخبار ومعلومات صادرة عن منظمات إقليمية ودولية Regional and International Organizations:** حيث تصدر مثل هذه المنظمات معلومات قيمة عن مختلف دول ومناطق العالم، كل منظمة حسب تخصصها وإهتمامها. فهنالك معلومات على شكل تقارير، وأخرى على شكل إحصاءات، وما شابه ذلك.
3. **أخبار ومعلومات صادرة عن نقابات وتنظيمات مهنية وأحزاب محلية Unions.** حيث تعكس مثل هذه المعلومات محموعة من الفعاليات والأنشكة والتوجهات التي يستفيد منها الباحثون الإعلاميون.
4. **أخبار ومعلومات إعلامية صادرة عن أحزاب وتجمعات سياسية وطنية وقومية Parties.** كذلك فإن الإحزاب الوطنية والقومية هي الأخرى تقدم معلومات إعلامية مهمة ولا يمكن التغاضي عنها وإهمالها.
5. **أخبار ومعلومات إعلامية أخرى صادرة عن جهات أهلية Private Organizations:** وتتمثل بالمعلومات الصادرة عن الجهات الأهلية، من غير ما ورد أعلاه، كالجامعات الأهلية والمؤسسات الأكاديمية الأخرى، كالأدلة وبحوث المؤتمرات والتقارير والنشاطات العلمية والأكاديمية الأخرى.

ويمثل المخطط التالي رقم (14) تصوراً لمثل هذا التوجه في جهوداً كبيرة تبذل في تنظيم وتصنيف وفهرسة وتكشيف مصادر المعلومات الورقية.



مخطط رقم (14) مصادر المعلومات الإعلامية بحسب جهات إصدارها

رابعـــاً: مصادر المعلومات الإعلامية حسب طبيعة نشرها وإتاحتها.

حيث تكون مثل هذه المعلومات ومصادر المعلومات مصنفة إلى معلومات منشورة، أو غير منشورة.

1. المعلومات الإعلامية المنشورة:

وتشتمل المعلومات المنشورة على الكتب بأنواعها وموضوعاتها المختلفة، والمجلات والمطبوعات الدورية الأخرى، وبراءات الإختراع، والبحوث المنشورة الأخرى.

2. المعلومات الإعلامية غير المنشورة:

أما المعلومات غير المنشورة فهي تشتمل معلومات غير مخصصة للنشر والتوزيع على جهات لا على التعيين.

3. معلومات الإعلامية محدودة النشر:

أي أنها معلومات ومصادر معلومات منشورة ولكنها بعدد محدد، ولأطراف محددة لأسباب وإعتبارات قيدة. وبعبرات أوضح فهي وهنالك نوع ثالث نستطيع أن نضيفه إلى تصنيف المعلومات بهذا الشكل وهو المعلومات محدودة النشر، أي أنها لا توزع إلا لأفراد وجهات محددة. وهي أقرب ما يكون إلى المعلومات غير المنشورة.

4. معلومات إعلامية سرية:

أما المعلومات الإعلامية السرية، فهي معلومات غير قابلة للتداول والتوزيع العلني العام، لأي من الجهات. ولكن قد تكون هنالك وسائل، أو أفراد أو جهات لديهم من المهارة والقابلية التي تمكنهم من الحصول عليها.

خامســـاً: مصـــادر المعلومـات الإعلاميـــة

حسب طبيعة إستخداماتها

حيث أن هنالك توجهات أخرى في تصنيف المعلومات وتصنيفها، في ضوء مجالات استخداماتها واستثمارها في حياة الإنسان ومسيرته المهنية، ومسيرته الحياتية اليومية الأخرى. والتي يمكن أن نحددها بالآتي:

1. **معلومات إعلامية تخطيطية.** حيث أنه ينبغي على المخطط، مهما كان مستواه الوظيفي ومركزه، أن يضع تصوراً مناسباً للعمل الذي ينوي

القيام به، أو المشروع الذي يخطط له، ويضعه أمامه. ويأتي مثل هذا التصور عادة من خلال المعلومات الكافية والوافية والمناسبة بالغرض الذي يخطط له. ويكون ذلك قبل الإقدام على تنفيذ ذلك المشروع. ويأخذ هذا النوع من الإجراء، في استثمار المعلومات التخطيطية عادة مسميات عدة مثل:

أ. دراسات الجدوى.

ب. أو التصاميم والدراسات الأولية،

ج. أو الخطط اللازمة للمشروع، وهكذا.

2. **معلومات إعلامية إنجازيه. من** حيث إقدام الفرد المعني والمكلف بإنجاز عمل محدد، وذلك بعد تهيئة المعلومات المطلوبة والإمكانات اللازمة له. وقد يأخذ هذا الجانب من المعلومات الإنجازية شكل قرار يتخذه الفرد. من حيث أن القرارات تأخذ عادة صيغ وأشكال شتى، وتتأثر بمستوى القرار وصاحب القرار والأفراد والجهات المتأثرة به.

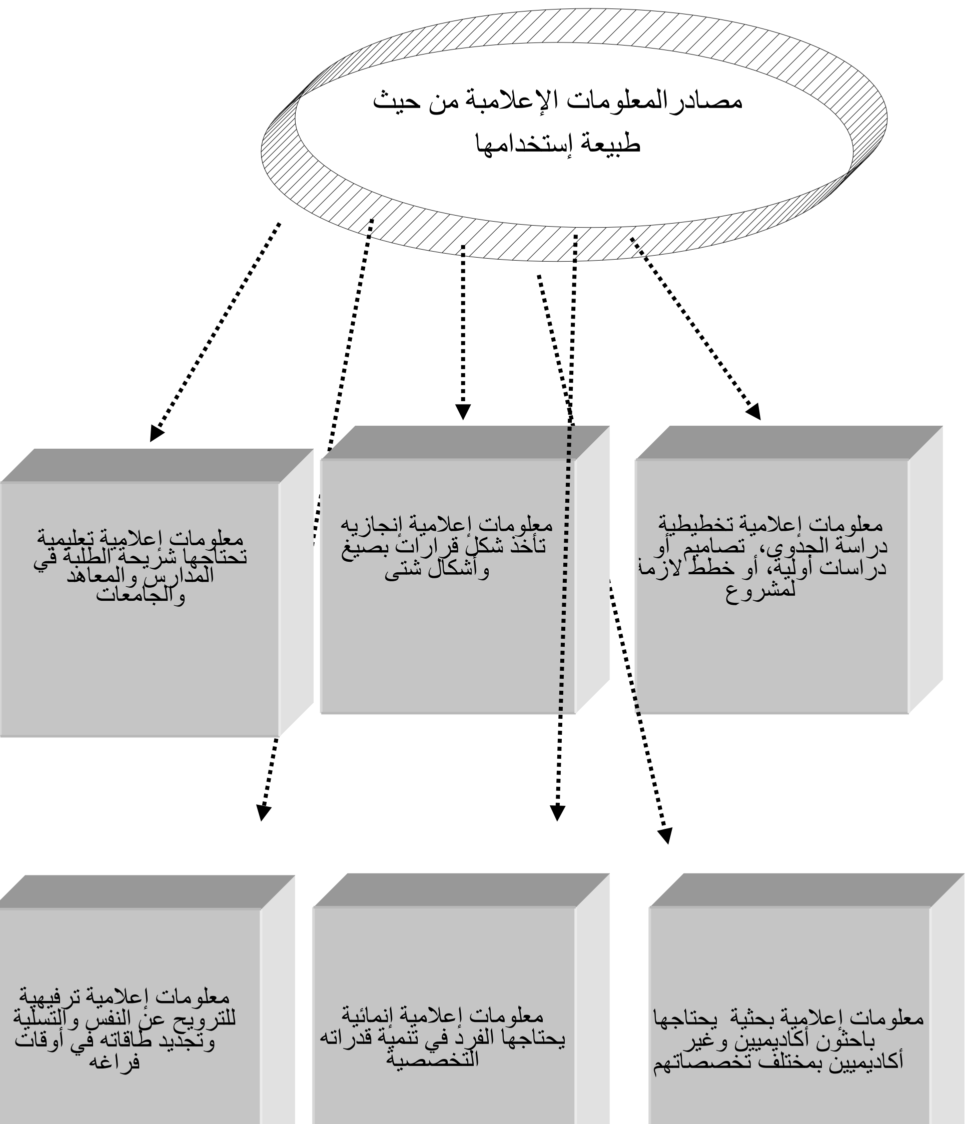
3. **معلومات إعلامية تعليمية.** وهذا النوع من المعلومات هو الذي تحتاجها شريحة المتعلمين والمعلمين في المدارس والمعاهد والجامعات والمؤسسات التعليمية الأخرى. حيث يدرسون ويتعلمون المهارات المختلفة من خلال المعلومات التي يغذون بها. وهم يتوزعون عادة على تخصصات ومستويات متعددة، من خلال الفرص التي تتوفر لهم في مثل تلك المؤسسات التعليمية. وبعبارة أوضح فإن هذا النوع من المعلومات هي المعلومات التي تدعم المناهج الدراسية.

4. **معلومات إعلامية بحثية.** وهذا النوع من المعلومات هو الذي يحتاجه العلماء والباحثون، بمختلف مستوياتهم واتجاهاتهم وتخصصاتهم الموضوعية، سواء كانوا باحثين أكاديميين أو غير أكاديميين، من مؤسسات حكومية رسمية أو شبه رسمية أو مؤسسات أهلية.

5. **معلومات إعلامية إنمائية.** وهذه معلومات يحتاجها الفرد عادة في تنمية قدراته التخصصية والوظيفية، التي تعلمها في المدارس والمعاهد والجامعات، ومن ثم يقوم بتطويرها بشكل ينعكس إيجابياً على عمله وأداءه ومهامه. ويحصل الفرد على مثل هذه المعلومات عادة من خلال الدورات التدريبية والمؤتمرات وورشات العمل والحلقات والندوات العلمية المختلفة، التي تقدم كل ما هو جديد في المجالات والتخصصات المهنية والوظيفية المختلفة.

6. **معلومات إعلامية ترفيهية.** حيث أنه يحتاج الفرد، أي فرد كان، إلى كمية من المعلومات الإعلامية، المقروءة منها في الصحف والمجلات الترويحية، أو المسموعة على المذياع، أوال مسموعة والمرئية على كالتلفاز وما شابه ذلك، للترويح عن النفس والتسلية، بغرض تجديد طاقاته الوظيفية والإبداعية في أوقات فراغه.

وعلى أساس ما تقدم فإن فوائد المعلومات متعددة الأغراض، في ضوء الأنواع والتوجهات المختلفة المذكورة في السطور السابقة، والتي يمكن أن نمثلها بالمخطط رقم (15) التالي:



مخطط رقم(15) أنواع المعلومات الإعلامية بحسب طبيعة استخدامها

سادساً: مصــادر المعــلومات الإعلاميـــة

حســب أوعيتــها أو شــكلها المــادي

هنالك أشكال من وسائل الإعلام ومصادر معلوماتها ظهرت قبل إختراع الورق، كالمخطوطات التي كانت متوفرة على البردي، أو على الألواح والرقم الطينية وأمثالهما. ثم هنالك وسائل ومصادر ظهرت فيما بعد على الورق، يطلق عليها عادة تسمية وسائل ومصادر ورقية، أو وسائل تقليدية. كذلك فإن هناك وسائل ومصادر أخرى أطلق عليها تسمية وسائل شبه تقليدية، كالوسائل المسموعة والمرئية أو السمعية والبصرية، أو السمعبصرية. أضف إلى ذلك الوسائل والمصادر التي أعقبتها، والتي هي الوسائل والمصادر الإلكترونية أو ما يفضل البعض تسميتها بالمصادر المحوسبة. وقد يسميها البعض مصادر ماقبل الورقية، ومصادر ورقية، ومصادر ما بعد الورقية، نوضحها بالآتي:

1. **معلومات من مصادر قبل الورقية:** وهي المعلومات التي تم تسجيلها على مواد استخدمت قبل ظهور الورق، مثل:

- معلومات كتبت على الألواح أو الرقم الطينية، التي أستخدمت في الكتابة في حضارة مابين النهرين (وادي الرافدين).
- معلومات كتبت على البردي الذي أستخدم في الكتابة في حضارة وادي النيل.
- معلومات كتبت على جلود الحيوانات التي استخدمت في مطلع القرن الثاني قبل الميلاد في أوربا واشرق

2. **معلومات من مصادر ورقية:** والتي يطلق عليها أيضاً معلومات من مصادر تقليدية، والتي هي أنواع مختلفة، كالكتب بمختلف أنواعها وأحجامها. والدوريات، التي هي المجلات والدوريات عامة الموضوعات، والدوريات متخصصة الموضوعات، والصحف، والمطبوعات الأخرى التي تصدر بشكل دوري منتظم (يومياً، أسبوعياً، شهرياً، فصلياَ...الخ)

3. **معلومات من المصادر مابعد الورقية:** وهي معلومات تطورت مصادرها المختلفة، والتيهي:

- المعلومات المسموعة والمرئية، أو المعلومات من المصادر السمعية والمرئية. كالخرائط، والصور، والتسجيلات الصوتية، والتسجيلات بالصورة والصوت أو المسموعة والمرئية، والتسجيلات الفيديوية.

- معلومات من المصغرات، أو المايكرو فيلم والمايكرو فيش Microfilm and Microfiche ، أي المعلومات المسجلة على المصغرات الفيلمية، أو المعلومات المسجلة على البطاقات المسطحة/ المايكرفيش.

- معلومات من المصادر الإلكترونية أو المحوسبة Electronic or Computerized والتي إنتشرت في العقود القليلة السابقة من القرنين السابق والحالي، كمعلومات الإنترنت Internet، والأقراص المليزرة، والأقراص المدمجة Multimedia، وما شابه من التكنولوجيات والمصادر المعاصرة.

ويمثل المخطط التالي رقم (16) تصوراً لمثل هذا التوجه في تصنيف المعلومات ومصادر المعلومات الإعلامية.

تصنيف مصادر المعلـومــات الإعلامية بحسب أوعيتها

وسائل ومعلومات إعلامية قبل الورقيـة
- معلومات كتبت على البردي
- معلومات كتبت على الألواح الطينية
- معلومات دونت على ألواح الطين

وسائل ومعلومات إعلامية ورقية

معلومات من مصادر ورقية تقليدية، بأنواع مختلفة:
- كالكتب بمختلف أنواعها وأحجامها.
- والدوريات، كالمجلات العامة والدوريات المتخصصة، والصحف، والمطبوعات الأخرى...

وسائل ومعلومات إعلامية ما بعد الورقية (وبمعيتها)

- المعلومات المسموعة والمرئية
- معلومات من المصغرات، أو المايكرو فيلم والمايكرو فيش
- معلومات من المصادر الإلكترونية أو المحوسبة

المخطط رقم (16) تصنيف آخر لوسائل الإعلام حسب أوعيتها

سابعاً: مشاكل التعامـل مع مصادر المعلومات الإعـلامية الورقيـة

لقد أصبح المستفيد الإعلامي (وغير الإعلامي) المعاصر من المعلومات ومصادر المعلومات الورقية التقليدية يواجه عدد من المشاكل والمعوقات التي تجعله يعزف عنها ويلجأ إلى المعلومات الإلكترونية، لأسباب وإعتبارات عدة يمكننا أن نجملها بالآتي:

1. بالنسبة إلى المعلومات ومصادر المعلومات الإعلامية الورقية فقد أصبحت تكاليف إنتاج وصناعة الورق في تزايد مستمر، وبالتالي فقد انعكس ذلك على تكاليف الصحف والمجلات وعلى مصادر المعلومات الورقية الأخرى. إضف إلى ذلك الإرتفاع في تكاليف اليد العاملة المطلوبة في مراحل النشر الورقي المختلفة.
2. تزايد في المشاكل التخزينية لمصادر المعلومات الورقية والمشاكل المكانية لها، فضلاً عن تأمين أماكن الحفظ المناسبة والكافية لإستيعابها. حيث أن التوسع في اقتناء مصادر المعلومات الورقية، والحاجة إلى مساحات مكانية كبيرة للحفظ والتخزين، أوجد مشاكل جمة للمؤسسات التي تتعامل معها، إضافة إلى الحاجة للتوسعات المستمرة المطلوبة.
3. مشكلة تأمين المواد الأولية المطلوبة للمعلومات ولمصادر المعلومات الورقية. والتي تتمثل بأشجار الغابات وشحتها، حيث أنها تمثل المصادر الرئيسية في صناعة الورق المستخدم في إنتاج مصادر المعلومات الورقية. فضلاً عن التأثيرات السلبية على البيئة استغلال الغابات والأشجار التي تمثل موارد طبيعية مهمة، في صناعة الورق.
4. معظم المعلومات ومصادر المعلومات الورقية الإعلامية تكون قابلة للتمزق والتلف. ومن الجدير بالذكر أن العديد من مراكز حفظ مصادر المعلومات الورقية المعلومات قد واجهت العديد من المشاكل والمعوقات من جراء تلف وتمزق المصادر الورقية، كنتيجة للتوسع والتكرارات في استخدامها من قبل القراء والباحثين.
5. مشاكل نقل وشحن وإيصال للمعلومات ومصادرها الورقية. حيث أصبحت الجهود المبذولة، وكذلك التكاليف المتصاعدة المطلوبة في نقل وشحن مصادر المعلومات الورقية والتعامل معها، من الأمور التي تقلق مراكز النعامل معها.

6. مشاكل إجراءات التوثيق للمعلومات ولمصادر المعلومات الإعلامية الورقية . حيث أن جهوداً كبيرة تبذل في تنظيم وتصنيف وفهرسة وتكشيف مصادر المعلومات الورقية، وتناقلها بين أقسام فنية متعددة في المراكز المعنية بحفظ مصادر المعلومات، بغرض تنفيذ إجراءات اللإقتناء والتزويد، وكذلك التسجيل والفهرسة والتصنيف، ووضع الإشارات والأختام المطلوبة عليها وغير ذلك من الإجراءات التوثيقية.

7. يقابل ذلك جهود متعبة ومشاكل وصعوبات يواجهها القراء والباحثين في الوصول إلى كل ما هو مطلوب ومتوافر من المعلومات الإعلامية، وسط كل هذا الكم الهائل والمتزايد من مصادر المعلومات الورقية. يقابل ذلك طبيعة المستفيد المعاصر، سواء كان إعلامياً أو باحثاً أو صانع قرار، في حاجته للوصول إلى المعلومات السريعة والشاملة والدقيقة، بأسرع وقت وأقل جهد، والتي أصبحت فيه الطرق التقليدية باللجوء إلى المصادر الورقية عاجزة عن تأمين ذلك. يقابل ذلك الإمكانات والفرص التي توفرها المعلومات ومصادر المعلومات الإلكترونية المحوسبة وتكنولوجيا المعلومات في إيصال كل أنواع المعلومات السريعة والوافية والدقيقة، إلى الباحثين والإعلاميين والمستفيدين الآخرين إلى أماكن عملهم، وبثها لهم أو طبعها ونشرها لهم إلكترونياً، موفرة لهم بذلك الوقت والجهد، ومؤمنة لهم الشمولية والدقة فيما يحتاجون إليه من معلومات.

ويعكس المخطط رقم (17) التالي تصور موجز ومفيد لمشاكل التعامل مع مصادر المعلومات الإعلامية الورقية.

مشاكل التعامل مع مصادر المعلومات الإعلامية الورقية

تكاليف إنتاج وصناعة الورق واليد العاملة في تزايد مستمر

تزايد المشاكل التخزينية لمصادر المعلومات الورقية والمشاكل المكانية المناسبة لها

تأمين المواد الأولية من أشجار وغابات مطلوبة لتصنيع مصادر المعلومات الورقية

معظم المعلومات ومصادر المعلومات الورقية تكون قابلة للتمزق والتلف أثناء النقل والإستخدام

جهود وتكاليف متصاعدة مطلوبة في نقل وشحن مصادر المعلومات الورقية

جهود تبذل في تنظيم وتصنيف وفهرسة وتكشيف المصادر الورقية

جهود ومشاكل وصعوبات يواجهها القراء في الوصول إلى كل ما هو مطلوب ومتوافر من معلومات

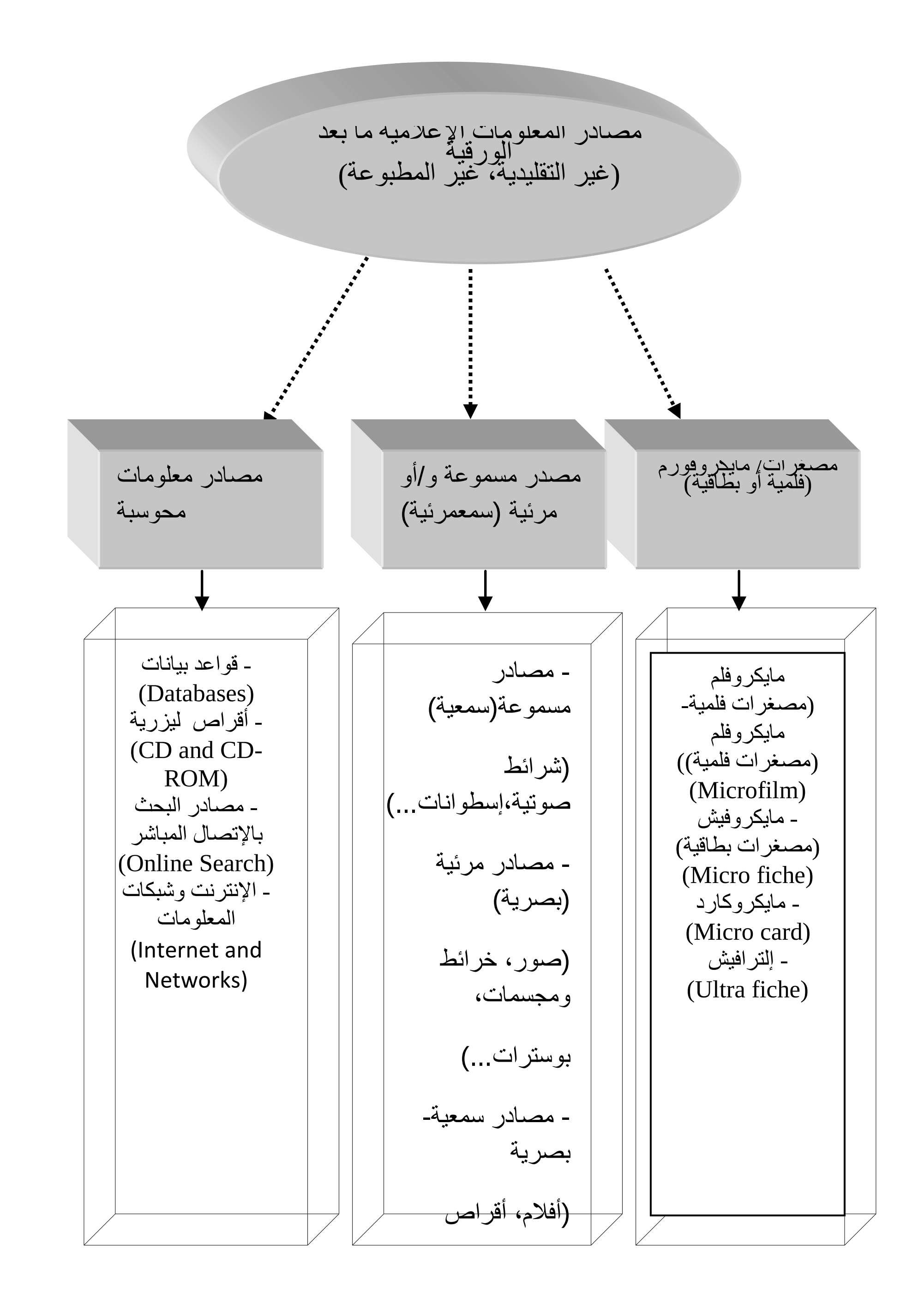
المخطط رقم (17) مشاكل التعامل مع مصادر المعلومات الإعلامية الورقية

ثامنــاً:مصادر المعلومات الإعلامية ما بعد الورقية

ومن جانب آخر، وتماشيا مع التوجهات التي تلت مرحلة مصادر المعلومات الورقية والتي كانت الشكل الرئيسي، بل وفي أحيان كثيرة، الشكل الوحيد لمصادر المعلومات، فإننا نستطيع أن نصنف مصادر المعلومات غير الورقية، التي يحتاج أن يلجأ لها القراء والكتاب الإعلاميون الباحثون الآخرون، من إعلاميين وغير إعلاميين، إلى الآتي:

1. مصادر معلومات مسموعة والمرئية أو مصادر سمعمرئية، والتي تشتمل على الإسطوانات والأشرطة التسجيلية، والصور والخرائط، وشرائط الأفلام، وأفلام الفيديو. وقد يعتبر البعض هذا النوع من المصادر مساندة أو داعمة للمصادر الورقية، أي أنها تعتبر وسائل إيضاح للمصادر الورقية والتقليدية.
2. مصادر المعلومات الإعلامية المصغرة، بالشكلين الفلمي والبطاقي (المايكروفلم والمايكروفيش) والتي جاءت لحفظ المعلومات في حيز مكاني محدود قياساً بالشكل الورقي الذي يشغل مساحات واسعة من المكان، داخل المكتبات ومراكز الأؤشيف والوثائق.
3. مصادر المعلومات الإعلامية الإلكترونية، أو كما يحلو للبعض تسميتها بالمصادر المحوسبة. أي أنها المصادر التي تعتمد على الحواسيب في تخزين وحفظ واسترجاع المعلومات.

ويمثل المخطط التالي (18) تصوراً لهذا النوع من التقسيم لمصادر المعلومات الإعلامية.



مصادر المعلومات الإعلامية ما بعد الورقية
(غير التقليدية، غير المطبوعة)
مصادر معلومات محوسبة
مصدر مسموعة و/أو مرئية (سمعمرئية)
مصغرات/ مايكروفورم (فلمية أو بطاقية)
- قواعد بيانات (Databases)
- أقراص ليزرية (CD and CD-ROM)
- مصادر البحث بالإتصال المباشر (Online Search)
- الإنترنت وشبكات المعلومات (Internet and Networks)
- مصادر مسموعة(سمعية)
(شرائط صوتية،إسطوانات...)
- مصادر مرئية (بصرية)
(صور، خرائط ومجسمات، بوسترات...)
- مصادر سمعية-بصرية
(أفلام، أقراص
مايكروفلم (مصغرات فلمية- مايكروفلم (مصغرات فلمية)) (Microfilm)
- مايكروفيش (مصغرات بطاقية) (Micro fiche)
- مايكروكارد (Micro card)
- إلترافيش (Ultra fiche)

الشكل رقم (18) تقسيم لمصادر المعلومات الإعلامية ما بعد الورقية

تاسعـاً:مصادر المعلومات الإعلامية الإلكترونية

أما مصادر المعلومات الإلكترونية المعاصرة، أو البديلة لمصادر المعلومات الورقية التقليدية، فهي مصادر المعلومات الإلكترونية أو مصادر المعلومات المحوسبة، أو كم يحلو للبعض تسميتها بالمصادر الرقمية (Digital Sources) .

التعريف بمصادر المعلومات الإلكترونية:

فقد أصبح مصطلح المصادر الإلكترونية Electronic Sources مستقراً وواضح المعلم والإستخدام منذ نهاية القرن السابق، وتحديداً في العام 1997. ونعني بمصادر المعلومات الإعلكترونية جميع الوثائق ومصادر المعلومات المتاحة بشكل إلكتروني، على الحاسوب، وبغض النظر عن طبيعته إتاحتها وطريقة الوصول إليها.

وعلى هذا الأساس يمكننا تعريف المصادر الإلكترونية بأنها جميع الوثائق التي لها شكل إلكتروني، ووالتي يتم الوصول إليها عن طريق الحاسوب، بغض النظر عن حجمه أو نوعه أو طريقة أستخدامه. وبعبارات أوضح هي مصادر المعلومات التي لا يمكن الوصول إليها والإستفادة منها إلا عن طريق الحاسوب والنظم المحوسبة (المؤتمتة).

وفي تعريف آخر، أكثر شمولية، لمصادر المعلومات الإلكترونية، فهي تلك الأعمال التي يتم تسجيلها، وتنظيمها، وتخزينها، ومن ثم استرجاعها بشكل رقمي Digital محوسب، أي بإستخدام الحاسوب وملحقاته. كذلك فإنه قد تكون مثل هذه المصادر متاحة من خلال وسائط مادية تختزن معلوماتها وتسترجع بواسطة الحاسوب، وتكون متمثلة بما يعرق بالأقراص المليزرة، أو الأقراص التراصة والمكتنزة Compact Disc or Laser Disc ، وعلى مختلف أنواع مثل هذه الأقراص. أو أن المعلومات في المصادر الإتكنرونية تسترجع عن طريق ما يسمى بالخط المباشر Online. ويتم الاستفادة من تلك المعلومات واستخدامها عادة إما مجاناً أو عن طريق الترخيص المتاح والمحدد.

ومما نلاحظ فإن جميع التعاريف الواردة عن مصادر المعلومات الإلكترونية تركز على مجموعة من الحقائق والتطلبات المتمثلة بالآتي:

أ. يتم التعامل مع المصادر الإلكترونية من خلال الحاسوب وملحقاته، إي من خلال نظام معلومات محوسب.

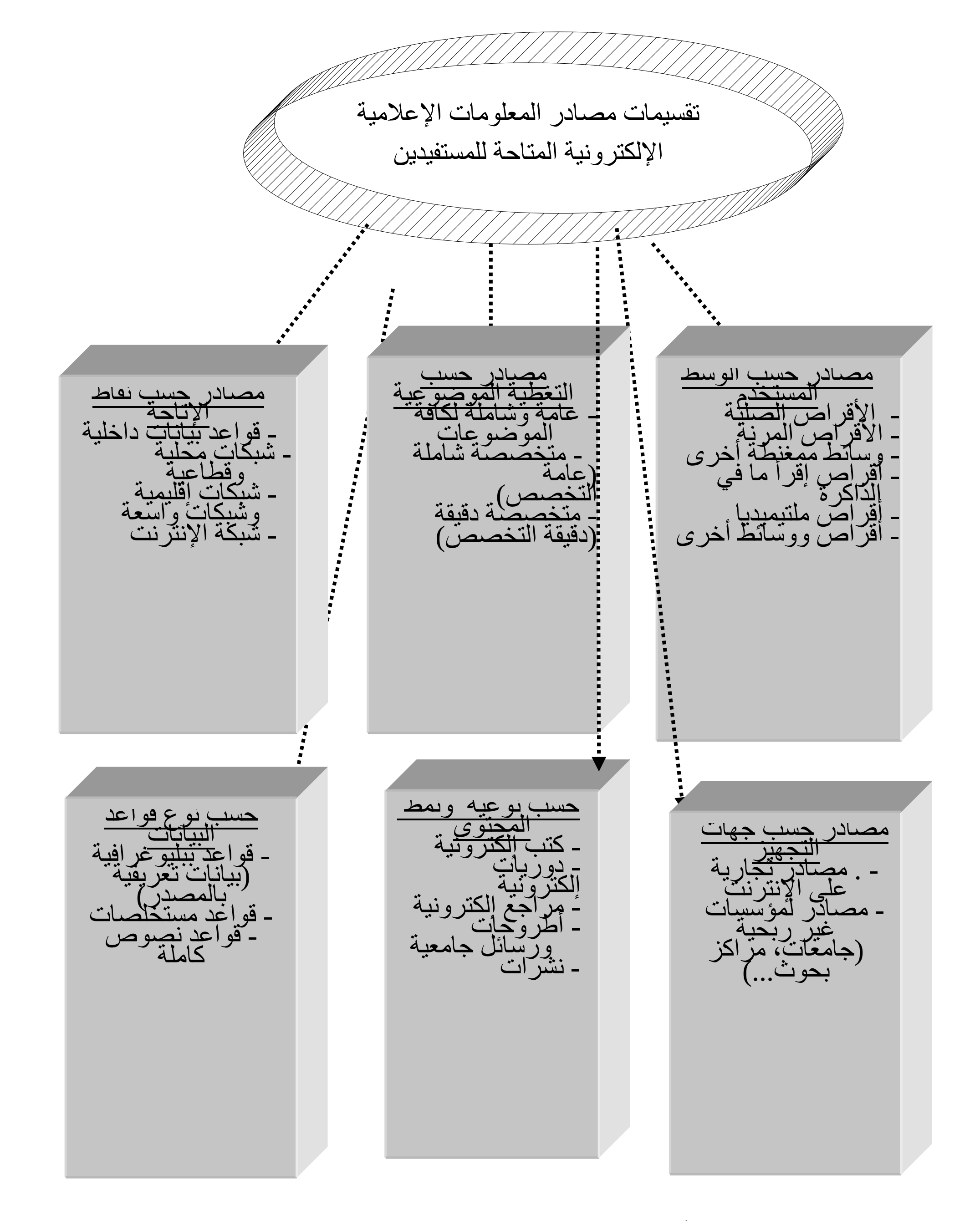
ب. يمكن التعامل مع المصادر الإلكترونية والوصول إلى معلوماتها، وبشكل محلي مباشر، من خلال الوسائط الإلكترونية والليزرية الوسيطة زالمحملة عليها، كالأقراص بمختلف أنواعها ومسمياتها . أو أن يكون الوصول إليها عن بعد بواسطة شبكات المعلومات المحلية والعالمية.

ج. للمصادر الإلكترونية مزايا عدة بالمقارنة مع المصادر الورقيۃ التقليدية، سنأتي على تفصيلها في صفحات قادمة من الكتاب.

د. كثيراً ما تكون مصادر المعلومات الإلكترونية متاحة بشكل مجاني. أو أنها قد تكون تجارية تؤمن للمستخدمين نظير مبلغ مالي أو اشتراك (يكون في الغالب رمزي)، وللأفراد والمؤسسات المعنية بالتعامل مع مثل هذه المعلومات.

ومصادر المعلومات الإلكترونية هذه التي أثرت على المؤسسات الصحفية والإعلامية ومصادر المعلومات فيها، مثلما أثرت على حياة الإنسان المعاصر. حيث أنها تعكس لنا مختلف أنواع المستجدات والتقنيات التي تتعلق بالتعامل مع المعلومات الإ'لامية، من حيث تخزينها، وحفظها، ومعالجتها، وبثها واسترجاعها . فضلاً عن تأمينها وتبادلها مع الغير . وقد استمرت تكنولوجيا المعلومات بتقديم الفرص الثمينة لمراكز المعلومات الصحفية والإعلامية لخدمة روادها حسب احتياجاتهم ومتطلباتهم. وأصبحت مراكز المعلومات الصحفية والإعلامية موزعاً إلكترونياً للأخبار والمعرفة، ولمن يطلبها من الباحثين، وهم في مكاتبهم أو في مساكنهم، أو أي مكان آخر يكون موجودين فيه. كما ومكنت مراكز المعلومات الصحفية والإعلامية من تحويل المجموعات الورقية والمطبوعات، الكبيرة الحجم والمساحة، إلى أشكال إلكترونية جديدة، سهلة الاستخدام والتبادل مع المستفيدين، سواء كانو محليين وغير محليين،و في مواقع جغرافية مختلفة ومتباعدة.

ويوضح المخطط رقم (19) التالي الأنواع المختلفة لمصادر المعلومات الإعلامية الإلكترونية المتاحة للمستفيدين



مخطط رقم (19) الأنواع المختلفة لمصادر المعلومات الإعلامية الإلكترونية المتاحة

المصادر المعتمدة في الفصل

(1) أبو الخبـر، السـيد مصطفى أحمد. (2008). ستراتيجيات فرض العولمة الآلية ووسائل الحماية. القاهرة، إيتراك للطباعة والنشر.

(2) بال، فرتسيس وحيرار إيميري (2001). وسائل الإعلام الجديدة. ترجمة فريد أنطونيوس. وسـائط الإعلام الجديدة. بيروت، عويدات للنشر والطباعة.

(3) الخفاجي، محمد حسن كاظم وعامر إبراهيم قنديلجي.(1992). التوثيق. الموصل، جامعة الموصل.

(4) رجب، مصطفى. (2008). الإعلام والمعلومات في الوطن العربي في ظل إرهاب العولمة. عمان، مؤسسة الوراق،

(5) قنديلجي، عـامر إبراهيم. (2002). تكنولوجيـا المعلومـات وتطبيـقاتها. عمـان، مؤسسة الوراق.

(6) قنديلجي، عـامر إبراهيم. (2010). المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والإنترنت. عمان، دار المسيرة.

(7) قنديلجي، عامر إبراهيم وربحي مصطفى عليان إيمان فاضل السامرائي. (2009). مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية. عمان، دار اليازوري.

(8) قنديلجي، عامر إبراهيم وعلاء الدين عبد القادر الجنابي. (2009). نظم المعلومات الإدارية. الطبعة الخامسة، عمان دار المسيرة.

(9) النقـري، معـن. ماهي المعـلومـات. مجلة المعـلومات. دمشق. السنة 5، ع 48، أيلول 1996. ص42-44

(10) الوردي، زكي حسين ومجبل لازم المالكي. المعلومات والمجتمع. عمـان، مؤسسة الوراق، 2002

(11) Types of Information Sources - Primary، Secondary، Tertiary & Refereed Journals .

تاريخ الدخول إلى الموقع 2011/6/24. متاح في:

http://www.public.jcu.edu.au/libcomp/assist/faqs/JCUPRD_026231.

الفصل الخامس

وسائل الإعلام الورقية التقليدية ومشاكلها

أولاً: الصحف كمصدر رئيسي للمعلومات الإعلامية
ثانياً: المجلات والدوريات الأخرى
ثالثـاً:وسائل إعلامية مساندة أخرى.
رابعاً: الموسوعات والمعاجم
خامساً: الأدلة والتراجم والسير
سادساً: الكتب والأطروحات والمراجع الإحصائية
سابعاً: المطبوعات السنوية وموجزات الحقائق
ثامناً: الأطاس والمراجع الجغرافية
تاسعاً: مصادر معلومات مساندة أخرى
عاشراً: مشاكل التعامل مع مصادر المعلومات الورقية (التقليدية)
المصادر المستخدمة في الفصل

أولاً:الصحـــف الورقية كمصـــدر رئيسي للمعلومـــات الإعلاميـــة

التعريف بالصحف:

الصحف من المطبوعات الدورية . ونستطبع أن نعرف الدورية والدوريات نعرف بأنها مطبوعات تصدر بشكل دوري، أي على فترات محددة، وتكون منتظمة الصدور عادة (أو أن تكون بعضهاغير منتظمة الصدور)، ويكون لها عنوان واحد واضح ومميز، تعرف به، ويظهر على الصفحة الأولى لكل عدد من أعدادها. كذلك فإنه يشترك في كتابة وتحرير مقالات الدورية وأخبارها عدد من الكتاب. وحيث أنها تصدر بشكل مستمر، لإغن صدورها يكون الى ما لا نهاية. وحيث أن الدوريات تصدر بشكل منتظم، لفإنها نكون محددة التوقيتات عادة، كأن تكون يومية (مثل أغلب الصحف) أو أن تكون صجفاً ومجلات إسبوعية.

والصحيفة أو كما يحلو للبعض تسميتها ب**الجريدة** هي إصدار يحتوي علي أخبار ومعلومات، وكذلك إعلانات. وتطبع الصحيفة عادة علي ورق غير مرتفع الثمن. وقد تكون الصحيفة صحيفة عامة، أي أنها تغطي مختلف أنواع الموضوعات، السياسية منها والاقتصادية والفنية والرياضية وغير ذلك من المواضيع التي تهم القراء والمجتمع الذي تخدمه وتوجه إليه. وقد تكون الصحيفة متخصصة في مجال موضوعي محدد، كأن تكون صحيفة أو جريدة رياضية، أو تكون صحيفة فنية. ومن ناحبة فترات الصدور فإنها قد تصدر جريدة يومياً أو أسبوعياً.

وتغطي الصحف، سواء كانت يومية أوغير ذلك، عادة أحداث وأخبار تفصيلية أكثر وأكثر تعمقاً من الأحداث والأخبار التي تنقلها الإذاعة أو التلفزيون، أو غيرها من وسائل الإعلام. الإعلا أنه قد يعاب عليها، أي الصحف، [انها ليست بسرعة الإذاعة والتلفزيون في سرعة نقل الأخبار والأحداث.

وهنا لابد من التأكيد بأنه بالرغم من التطورات المتسارعة في وسائل الاعلام والاتصال، إلاأن الصحف، والصحف الورقية تخديداً بقيت محافضة على وجودها ومكانتها. بل وأستمرت في المحافضة على البقاء والإستمرار، وفي كل أنحاء العالم العالم. فلا تزال الصحف الورقية، في دولنا العربية، وفي الدول الغربية، بل وفي دول العالم كافة، تمثل وسيلة وضرورة لإغلامية عند الكثير من القراء والمتابعين للأحداث والأخبار والمقالات الإعلامية.

وبعبارة أوضح فإنه بالرغم من التطورات الهائلة التي حدثت في مجال الصحافة الإلكترونية إلا أنها لم تستطع أن تحتل، وبشكل كامل، مكان الصحف والصحافة الورقية التقليدية.

وتشير الإحصاءات إلى أن مجموع عدد الصحف اليومية التي تصدر في الدول التي يطلق عليها تسمية الدول المتقدمة أكثر من أربعة آلاف صحيفة (جريدة) يومية، توزع أكثر من (400) مليون نسخة، أي بمعدل حوالي (350) نسخة لكل ألف من السكان. من جانب آخر تشير مثل تلك الإحصاءات إلى أنه بلغ عدد الصحف اليومية في الدول النامية أكثر من خمسة آلاف صحيفة يومية، توزع ما مجموعه (32) مليون نسخة، أي بمعدل (43) نسخة من الصحف لكل ألف من السكان.

ومن الإحصاءات المثيرة الأخرى في هذا المجال أن الدول المتقدمة تنتج 28.1 مليار طن ورق صحف تستهلك منه 25.6 مليار بمعدل 20.7 كجم لكل فرد ، والدول النامية تنتج 3 مليار طن ورق صحف ، وتستهلك 5.4 مليار طن، أي بمعدل 1.3 كيلوغرام لكل مواطن .

المعايير التي تتميز بها الصحف:

يذهب عدد من الكتاب إلى تقسيم وتصنيف الصحف إلى عدة أنواع ، تميز كل صحيفة منهابعدد من المعايير نستطيع أن نحددها بالآتي:

1. فترات أو دورية صدور الصحيفة:

ويقصد بدورية صدورها أو فترات صدورها. حيث يميز هذا التقسيم بين الصحف بحسب فترة ودورية الصدور، أي الوقت بين صدور كل عدد والعدد التالي له. وعلى هذا الأساس فإنه يمكن تقسيم الصحف إلى صحف يومية، تصدر يومياً وبصفة منتظمة ودوري. وأغلب هذا النوع من الصحف تصدر في الصباح. ويصدر البعض منها مساءاً. ومن الجدير بالذكر أن أغلب الصحف الوطنية والقومية هي التي تصدر بشكل يومي منتظم. ولكن هذا لا يمنع من وجود صحف أسبوعية مثلاً.

2. مـدى متابعـة الأخبـار والأحـــداث:

حيث إن أكثر أخبار الصحف تكون من أخبار المتابعة، أي متابعة وتغطية الأخبار التي نشرت وتنشر، أو أنها عبارة عن أخبار الاستكمال والمتابعات للأخبار والأحداث الجارية. حيث أن أخبارها وموضوعاتها تتابع وتستكمل ما سبق أن نشر. أو أنها تستكمل الأخبار والأحداث والموضوعات التي لم تتمكن هي أو الصحف الأخرى من نشرها والحصول عليها.

3. التغطية الجغرافية والمناطقية للصحيفة :

أي المدديات الجغرافية لوصول الصحيفة إلى القراء في الدولة التي تصدر بها، أو على مدى أوسع ليشمل عدة دول أو أقاليم. ومن هذا المنطلقفإنه تنقسم الصحف إلى :

أ. الصحف المحلية Local. يغطي توزيعها منطقة محددة أو محافظة من محافظات البلد Province، أو ولاية من ولايات الدولة الواحدة، كالولايات في الولايات المتحدة الأمريكية.

ب. والصحف الوطنية أو القومية National وهي الصحف التي تصدر لتوزع على جميع الأفراد في الدولة دون انتماء لإقليم أو محافظة معينة ، وتهتم بتغطية الأخبار التي تحدث في الدولة ككل ، كما تهتم بالأخبار العالمية والدولية، إذ أنها قد توزع خارج الدولة في دول أخرى.

ج. والصحف الدولية International وهي آلتي تصدر لتوزع في الدولة نفسها وخارجها، على مستوى العالم. فهي إذن صحافة دولية، بمعنى أنها تعبر حدود وطنها التي تصدر فيه، ليتم قراءتها خارج الحدود في بلدان غير البلدان التي تصدر فيها.

د. الطبعات الدولية للصحف الوطنية . فقد تصمم بعض الصحف من الأساس لكي يتم قراءة طبعات منها في خارج الحدود، إضافة إلى الطبعات المحلية الموجهة لأبناء ذلك البلد. مثال ذلك الطبعات الدولية من جريدة الأهرام المصرية، ومجلة نيويورك الأمريكية.

ومن أمثلة الصحف الدولية الأخرى في العالم الان الصحف التالية:

- جريدة الهيرالد تريبيون الدولية: International Herald Tribune وتنشر بواسطة صحيفتي النيويورك تايمز والواشنطون بوست ومقرها الرئيسي في فرنسا، ولها توزيع متسع حول العالم

- جريدة يو اس ايه توداى: U SA Today التي تعتبر من الصحف التي تجاوز توزيعها المليون نسخة ،تطبع في سويسرا ، سنغافورة ، وهونج كونج . وإن معظم قرائها مواطنون أمريكيون يسافرون خارج البلاد وهي متاحة لآخرين

- جريدة الفاينانشيال تايمز: Financial Times . وهي تصدر في لندن ، وتتخصص في الشئون الاقتصادية ، وتوزيعها بمئات الألوف من النسخ.

- مجلة الايكونوميست: Economist ومقرها في لندن أيضًا ، وهي متخصصة في الشئون الاقتصادية ، تحمل الأخبار والتحليلات الاقتصادية ، وتطبع في فيرجينيا ، لندن ، سنغافورة ، ويصل توزيعها إلى 500 ألف قارئ

- من الصحف الأخرى التي تتمتع بمكانة دولية : نيويورك تايمز Newyork Timesالأمريكية ، لوموند Lemonde الفرنسية ، ايل باي Elpais الأسبانية، التايمز Times البريطانية ، الستاتسمان Statesman الهندية ، والأهرام المصرية.

- من جانب آخر هنالك المجلات ذات الطابع الدولى فأهمها مجلة ريدرز دايجست)Readers Digest المعروفة باللغة العربية باسم المختار وتنشر حوالي 40 طبعة دولية لـ 15 لغة توزع في دول العالم كلها ويقرأها أكثر من 28 مليون قارئ

وهنالك مجلة نيوزويك Newsweekالأمريكية توزيعها الدولي أيضًا تجاوز النصف مليون نسخة .

4. معيار المحتوى والمضمون وطبيعة جمهور القراء:

ويطلق عليه بعض الكتاب معيار طبيعة جمهور القراء. فهي، أي الصحيفة، قد تكون عامة في تغطياتها الموضوعية، أو أنها متخصصة في مجال موضوعي مجدد. ويعتمد هذا المعيار على مدى عمومية أو تخصص المضمون الذي تقدمه الصحيفة، الذي قد يكون تخصصاً سياسياً ، أو اقتصادياً ،أو أنه يختص بالأدب، أو المرأة ، أو الفن ، أو رياضة. وعلى هذا الأساس فإنه يكون جمهور القرار للحيفة هم من ذات الإهتمام بموضوع تخصص

الصحيفة. فالصحيفة هنا تقاس بمدى توجه ومخاطبة قطاع معين من الجمهور وتركيزها على اهتماماته.

إلا أنه من الملاحظ أن معظم الصحف تكون متعددة الإختصاصات. فهي سياسية في العديد من صفحاتها، ولكنها أيضاً تكون إقتصادية في صفحاتا أخرى، وكذلك رياضية في صفحات أخرى، أو ملحق، من نفس الصحيفة، وهكذا. وعلى هذا الأساس فإنه تنقسم الصحف إلى :صحف عامة :وهي تجمع بين المضمون العام والمتنوع ما بين السياسة والاقتصاد والأدب والفن والرياضة وغير ذلك ، وبين توجهها إلى جمهور عام وغير متجانس فالصحف العامة هي صحف جمهورها عام وغير متجانس من حيث خصائصه وسماته ومتنوع من حيث اهتماماته واحتياجاته

5. معيار الاتجاه السياسي والإيدولوجي (أوالحزبي إن وجد) للصحيفة

حيث تنقسم إلى :الصحف المستقلة أو شبه المستقلة أي التي لا تعبر عن آي اتجاه سياسي معين أو تتبنى إيديولوجية بعينها أو تعبر عن حزب سياسي معين وإنما تفتح صفحاتها لكل الآراء والاتجاهات السياسية والاجتماعية ولكل أصحاب الرأي على اختلاف رؤاهم،و الصحف الحزبية وهي الصحف التي تصدر عن أحزاب معينة (حاكمة أو معارضة) لتكون لسان حال هذا الحزب تعبر عن فكره أو اتجاهه وتدافع عن مواقفه وسياساته وتطرح رؤيته الخاصة لكافة الأحداث والقضايا.

6. معيار حجم وشكل الصحيفة الفني :

فالشكل والحجم الذي تصدر به الجريدة وتصدر به المجلة قد يكون معياراً آخر. فالجريدة عادة عبارة عن مطويات أو طيات لعدد من الصفحات، من دون غلاف، لها صفحة رئيسية. وتأخذ في حجمها إما الحجم الكبير القياسي. أو أن يكون حجمها من نوع الحجم النصفي.

7. دوريـة الصدور ،

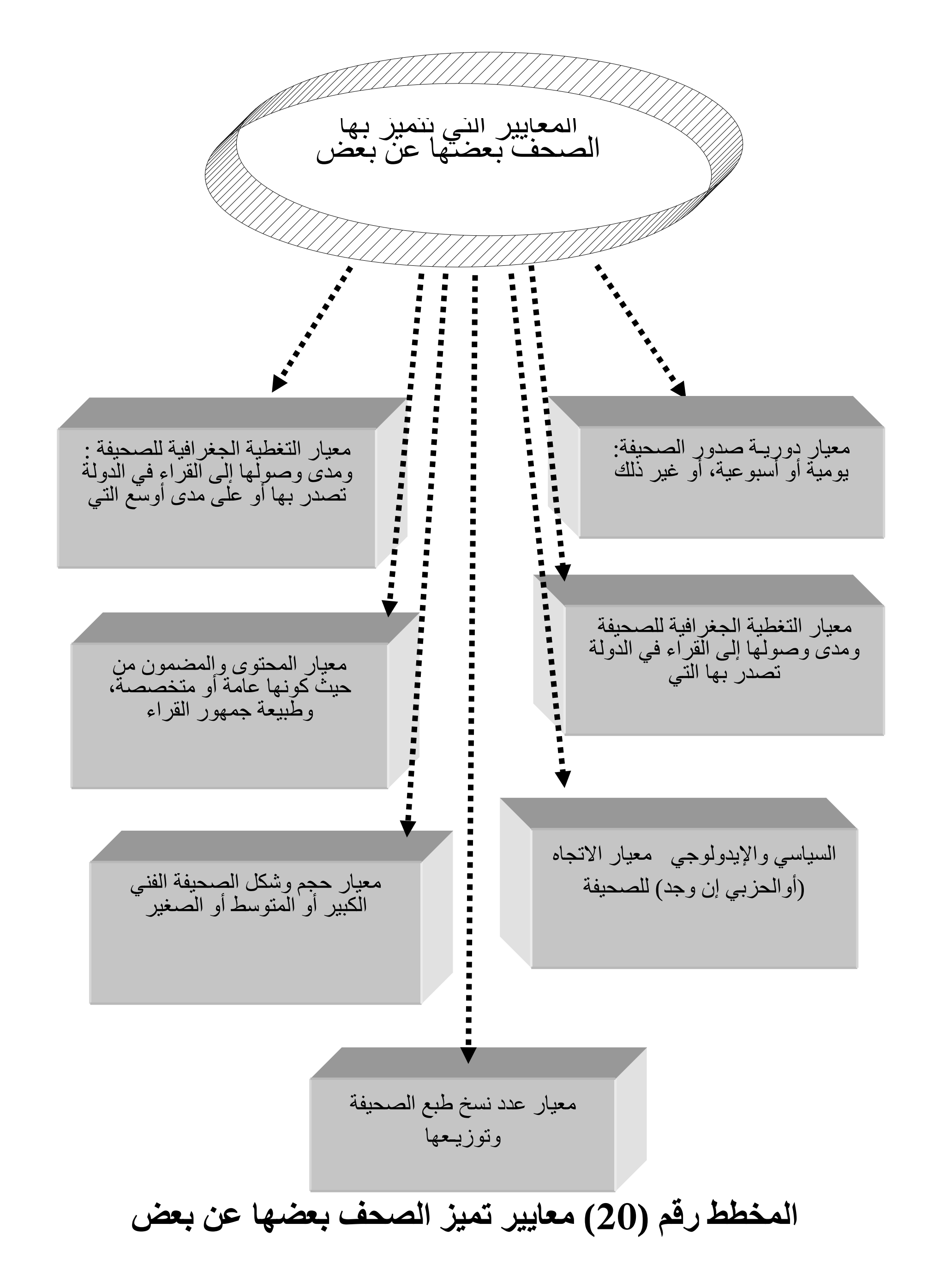
فالجريدة إما أن تكون يومية، أو أن تكون أسبوعية، في الغالب. آما المجلة فقد تكون شهرية أو فصلية، ولا تقل دورية صدورها عن أسبوع، أي أن تكون إسبوعية

8. معيار عدد نسخ طبع الصحيفة وتوزيـعها:

ويقسم البعض الصحف إلى صحف جماهيرية، وتسمى أحياناً صحف شعبية Popular . وتكون ذات توزيع كبير وواسع. وعادة ما تكون رخيصة الثمن، وتركز على موضوعات تهم القارئ العادي، أي عامة الناس. وهنالك

صحافة النخبة أو الصحافة المحافظة ، التي تتحرى الدقة والموضوعية، وتميل إلى الاتزان في معالجتها للأخبار والموضوعات. وكثراً ما تركز على التحليل والشرح والتفسير والمقالات الجادة. وتوزيعها يكوتن أقل ، ولكن مستوى مادتها أعمق وتهتم بالأحداث المختلفة، الدولية، والاقتصادية، والسياسية.

ويعكس المخطط رقم (20) التالي إشارة توضيحية إلى مثل تلك المعايير التي تميز الصحف بعضها عن بعض.



المخطط رقم (20) معايير تميز الصحف بعضها عن بعض

ثانيــاً:المجلات والمطبوعات الـدورية الأخرى

التعريف بالمجلة:

المجلة والمجلات هي أحدى المطبوعات الدورية، أي من مصادر المعلومات التي تصدر بشكل دوؤي (شهري، أسبوعي، ربع سنوي...إلخ) . وبعض المجلات، وخاصة الأسبوعية تكون معلوماتها عامة وخبرية، شبيهة بالصحف، والبعض الآخر تكون متخصصة علمية تصدر عن جهات أو مراكز علمية أو أكاديمية لأنها تهتم بالبحوث والدراسات والأخبار والمتابعات العلمية الأخرى. والتي يمكن أن تسير بإتجاهين:

أ. المجلات العامة، التي تنشر موضوعات ومعلومات عامة، وفي مختلف التخصصات. حيث يكون فيها أخبار ومعلومات في مختلف الإتجاهات والتخصصات.

ب. المجلات العلمية المتخصصة، والمجلات العامة تصدر بشكل دوري. والتي تكرس العديد من صفحاتها إلى البحوث والدراسات التي ينجزها الباحثون والكتاب في مختلف العلوم والموضوعات والمعارف. كذلك فإن هنالك عدد آخر من الدوريات يشتمل على مستخلصات أو عروض للبحوث الأصلية. من جانب آخر فان بعض الدوريات تشتمل على مقالات ودراسات لا يشترط فيها أن تكون أصلية أو مبتكرة، وقد تكون مثل تلك الدراسات عبارة عن متابعات وتفسيرات وتعليقات عن مختلف التطورات التي كتب عنها في مجلات ودوريات أخرى.

أنواع المجلات وميزاتها:

وعموماً يمكن تقسيم المجلات والدوريات الأخرى إلى ثلاثة أنواع رئيسية وهي :

أ- **المجلات والدوريات العامة**. وهي المجلات والصحف والنشرات التي تهتم بنشر المقالات والأخبار العامة والمتنوعة موضوعيا، وبأسلوب مفهوم وعام، وهذا النوع من الدوريات موجهة لكافة شرائح المجتمع، وبصرف النظر عن مستوياتهم الثقافية والتعليمية.

ب- **المجلات والدوريات المتخصصة العلمية**. وهي المطبوعات الدورية التي تختص بنشر البحوث والدراسات المتعلقة بموضوع من الموضوعات، وبيان آخر التطورات عن ذلك. ويسهم في هذا النوع من الدوريات باحثين وكتاب لهم خبرة ودراية موضوعية، وتتوجه إلى شريحة محددة

من شرائح المجتمع المتخصصة بذات الموضوع، وتصدرها مؤسسات علمية وثقافية متخصصة كالجامعات ومراكز البحوث والجمعيات العلمية وما شابهها.

جـ- **المجلات والدوريات العامة المتخصصة**. وهي مطبوعات دورية تشبه النوع العام في أسلوبها، ولكنها تكون متخصصة في مجال موضوعي محدد. فبالرغم من تخصص مقالاتها وأخبارها موضوعيا إلا أن المعالجة تكون عامة عادة، ولا تخرج عن كونها مقالات ومقابلات وأخبار وتحقيقات صحيفة عامة.

ميزات المجلات والدوريات على المطبوعات الأخرى:

إن إعطاء المجلات والمطبوعات الدورية الأخرى اهتماما خاصاً، وإعتبارها مطبوعات في المرتبة الأولى من بين مصادر المعلومات والمواد الثقافية والإعلامية له أسبابه ومبرراته. حيث أن المجلات والمطبوعات الدورية لها مزايا عدة تتمتع بها عن الكتب والمراجع وباقي مصادر المعلومات الأخرى، والتي يمكن أن نحددها بالآتي:

1- سرعة صدورها قياساً بالمطبوعات ووسائل الإعلام ومصادرها الإخرى. وهذا يعني إمكانات متابعة ظهور أخبار وبيانات ومعلومات متطورة، من جانب، وبشكل سريع، من جانب آخر. فالدوريات نكون عادة إما شهرية أو فصلية أو ربما أسبوعية>

2- حداثة المعلومات والبيانات التي تنشر في المجلات والدوريات الأخرى، وذلك كنتيجة لسرعة صدورها ولطبيعة ما ورد في الفقرة الأولى فب أعلاه. فالمجلات والدوريات الأخرى تركز وتهتم بنشر الأخبار والتطورات والمعلومات الجديدة، وفي شتى الموضوعات التي تعالجها.

3- من الممكن إعتبار المجلات والمطبوعات الدورية، وخاصة العلمية والمتخصصة الأخرى، من أهم مصادر المعلومات الأولية المستحدثة. حيث ترجع أهميتها إلى شموليتها على مقالات ودراسات وبحوث يفترض فيها أن تقدم معلومات وأفكار هي اكثر حداثة من تلك التي تتوفر في الكتب والمراجع، وعن أي موضوع من الموضوعات، وخاصة تلك التي تعالج موضوعات ومجالات دائمة التغير، كالسياسة والاقتصاد والعلوم والتكنولوجيا والطب وما شابه ذلك. إذ قد يحدث أن تقوم مجلة أو دورية بنشر معلومات مستجدة عن أعمال واختراعات جديدة خلال أسابيع أو فترة قصيرة من التوصل إلى مثل تلك الإختراعات والمعلومات، في حين يحتاج مثل ذلك إلى مدة قد تصل إلى سنة أو سنتين

لكي تظهر تلك الإختراعات والمعلومات نفسها في كتاب، نتيجة إلى الفترة الزمنية التي تحتاجها الكتب في الطبع والإخراج والتسويق.

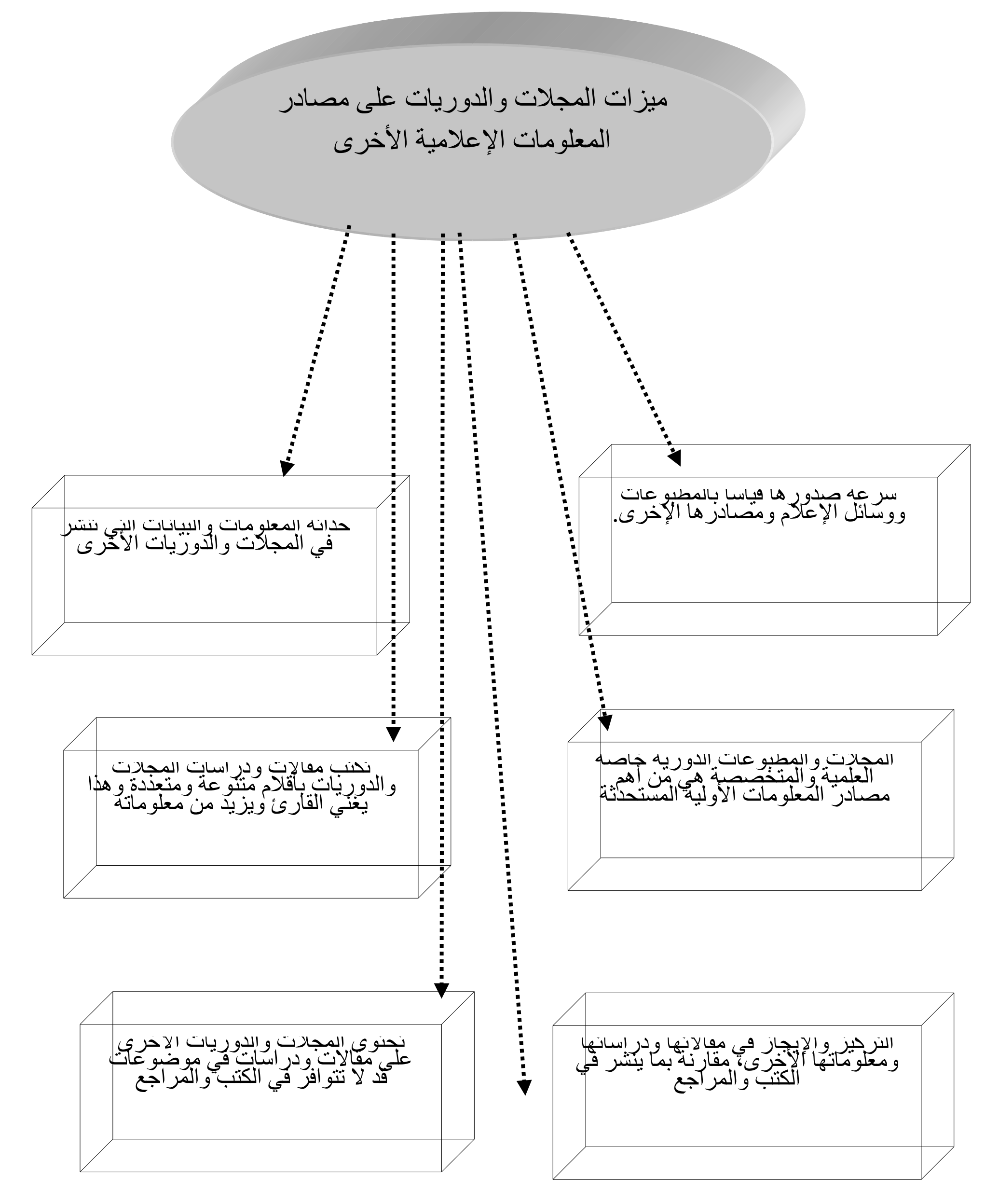
4- تكتب مقالات ودراسات المجلات والدوريات الأخرى عادة بأقلام متنوعة ومتعددة، أي بواسطة كتاب عدة. وهذا يعني أن هنالك أفكار ووجهات نظر متنوعة ومتعددة منشورة فيها، تغني معلومات القارئ، وتزيد من معرفته. بينما تكون معلومات الكتب، في الغالب، منسوبة إلى كاتب أو مؤلف واحد.

5- تمتاز الدراسات والبحوث والمقالات المنشورة في العديد من المجلات والمطبوعات الدورية الأخرى بالتركيز والإيجاز في مقالاتها ودراساتها ومعلوماتها الأخرى، مقارنة بما ينشر في الكتب والمراجع، مع الأخذ بالإعتبار محافظة مقالات وأخبار المجلات والدوريات الأخرى على تغطية المواضيع التي تعالجها.

6- قد تحتوى المجلات على مقالات ودراسات في موضوعات التي قد لا تتوافر في الكتب. أي أن المجلات والدوريات كثيراً ما تعالج وتكتب في موضوعات يمكن أن لا يكون قد جرى التأليف بها في الكتب، وبنفس الوضوح والتعمق الذي عالجته المجلات.

وعلى أساس ما تقدم فقد أصبحت المجلات والدوريات الأخرى هي العمود الفقري لمجموعات البحث والإستقصاء عن المعلومات والأخبار في المكتبات ومراكز المعلومات. حيث يستطيع القراء والباحثين الوصول إلى معلوماتها وأخبارها من خلال الأدلة والكشافات ونشرات المستخلصات والفهارس، التي تسهل أعمالهم وبحثهم.

ويعكس المخطط التالي رقم (21) أهم تلك الميزات للمجلات والدوريات على مصادر المعلومات الأخرى.



مخطط رقم (21) ميزات المجلات والدوريات الأخرى على مصادر المعلومات الاعلامية الأخرى

ثالثـــاً:وسائل ومصادرإعلامية مساندة أخرى

هنالك عدد من وسائل الإعلام والإتصال المساندة الأخرى للصحف والمجلات، تنقل الأفكار والمعلومات لجمهور المستفيدين والمعنيين بالمعلومات الإعلامي المنقولة عبر مثل تلك الوسائل التي من أهمها اللافتات (االمطويات والملصقات واللفاتات أو اليافطات)، والتي يمكن إختصار الحديث عنه بالآتي:

أ. المطوية وجمعها المطويات Folders : وهي وسيلة إعلام ونقل المعلومات الإعلامية عبر مطبوعات تتميز بسهولة حملها ونقلها وتوزيعها، إضافة إلى إمكانية طباعة وتأمين كمية وافية وكبيرة منها وبأسعار مناسبة وقليلة.

ومن الجدير بالذكر عن المطوييات الإعلامية أنها عادة ما تركز في بياناتهل ومعلوماتها على موضوع واحد ومحدد ،ثم تتناول مثل ذلك الموضوع بالشرح والتفصيل والتحليل المناسبين. ويكون التحليل والتفصيل بأسلوب مبسط ومفهوم لقراء المطويات، من مختلف الشرائح الإجتماعية والثقافية، من المستهدفين بمعلوماتها وأخبارها.

ومن الجدير بالذكر أن المطوية تعتبر من أفضل وسائل الإعلام المتعلقة بالمناسبات العامة، الوطنية والخاصة، ومفيدة أيضا للتركيز على موضوعات معينة في النشاطات الإعلامية السياسية منها والإجتماعية والإقتصادية.

ب. الملصقات Posters : حيث يعتب الكثير من المهتمين بوسائل الإعلام ونقل المعلومات الإعلامية أن الملصقة من الوسائل الإعلامية الفعالة بين الجمهور. ويضع بعض الكتاب بعض الشروط المطلوبة والخاصة بنجاح الملصقات كوسائل إعلام، من أهمها: وضوح الهدف من الملصقات وبساطة مضامنها، ثم الاتزان والانسجام بين محتويات الملصق، وكذلك التركيز على فكرة واحدة ومحددة تؤمن تسهيل وصولها للقارئ وإستيعاب فكرتها، ويعني ذلك لاختصار في الكلمات المكتوبة والتركيز على عبارات أو صورة معبرة محددة. ومن المفضل استخدام الألوان الملفتة للانتباه في كتابة وطباعة الملصقات. وعلى هذا الأساس فإن الملصقات يمكن أن تعتبر جزءاً من الصور التي تعمل على نقل الفكرة إلى المستفيد بشكل مصور، أو بكتابات قليلة مدعومة بالصور. ويكثر استخدام الملصقات إعلامياً لأغراض التوعية العامة، كما أنها تستخدم لأغراض الدعاية أيضاً.

ج. اللافتات : والتي غالباً ما تركز وتعتمد على جملة أو عبارة معبرة وواضحة المعالم والغرض، يفهمها كل شرائح المجتمع. تستخدم اللافتات عادة في عمليات الإرشاد والتوجيه، كأن تشير اللافتة إلى إنتخاب مرشح لمنصب، أو تحديد لمكان مناسبة ما. وتتميز اللافتات عادة بسهولة تعليقها ومن ثم نقلها من مكان إلى آخر ، إذا تطلب الأمر وبحسب الحاجة. وتستخدم اللافتات عادة للإعلان العامة عن إنتخاب مرشحين لمناصب سياسية وإجتماعية محدد’، ومناسبات سياسية وقومية وإجتماعية محددة، ومن الممكن أن تستخدم اللافتات الإعلامية على هيئة لوحات مضيئة،حيث تكون من الوسائل الناجحة التي يمكن مشاهدتها من على مسافات بعيدة ومناسبة

رابعــاً:الموسوعات والمعاجم المساندة في العمل الصحفي والإعلامي

يحتاج الباحثون إلى استشارة العديد من الموسوعات ودوائر المعارف العامة والمتخصصة كمطبوعات مرجعية في العمل الصحفي والإعلامي. وكذلك المعاجم والقواميس التي تكون الحاجة ماسة إلى إستشارتها والرجوع إلى بياناتها ومعلوماتها.

1. الموسوعات ودوائر المعارف Encyclopedias

الموسوعات مفيدة الباحثين الإعلاميين في التحري عن معلومات محددة أو معلومات عامة تخص مختلف الموضوعات والأنشطة والمعارف البشرية. وعلى هذا الأساس فإننا نستطيع أن نعرف الموسوعات بأنها مطبوعات شاملة للعديد من المعارف. ومن الجدير بالذكر أن غالبية الموسوعات العربية قد تكون قديمة، ولم يجري تحديثها، كما هو الحال في الموسوعات الأجنبية التي تحدث بين فترة وأخرى. ومن أهم الموسوعات العربية والأجنبية، التي قد تساعد الباحث في التعرف على بعض الموضوعات والإحاطة بجوانبها الأساسية ما يأتي:

أ. **دائرة معرف البستاني.** تأليف بطرس البستاني. طبعت أولاً في بيروت عام (1900)، وفي (11) مجلد، ثم أعيد طبعها عام 1973 في بغداد عن طريق مكتبة المثنى بالتصوير (والأوفست). ودائرة المعارف هذه مرتبة هجائيا، ولكنها متوقفة عند حرف العين. ومع ذلك فان معلوماتها المتوفرة قيمة.

ب. **دائرة معارف القرن العشرين.** تأليف محمد فريد وجدي. وقد صدرت في مصر، بين عامي (1923-1925) في (10) مجلدات، ونشرت الطبعة الثالثة المصورة منها عام (1971). وقد اعتمد المؤلف في الكثير من معلومات المطبوع المرجعي هذا على دائرة المعارف الفرنسية المعروفة باسم لاروس. وتهتم دائرة معارف القرن العشرين بشكل أساس بالموضوعات الإسلامية والحضارية العربية، فضلا عن السياسة والجغرافية والعلوم وما شابه ذلك.

جـ. **الموسوعة الذهبية.** تأليف موسوعة سجل العرب، وبإشراف إبراهيم عبدة، صدرت في القاهرة بين عامي 1963-1964. وقد اشتملت الموسوعة الذهبية على (1166) صفحة في (12) جزءاً ، وهي مترجمة عن الموسوعة الذهبية الأمريكية (The Golden Encyclopedia) مع إضافات في موضوعات عربية، وقد أعيد طبعها عام (1980). وتمتاز

الموسوعة باسلوبها المبسط وصورها، إلا انه يؤخذ عليها اهتمامها بالموضوعات الأجنبية.

د- **الموسوعة العربية.** تأليف البرت الريحاني (واخرون). وتعتبر مرجعا بالموضوعات الأدبية والفنية والعلمية وغيرها من الموضوعات. وقد طبعت هذه الموسوعة في بيروت عن دار ريحاني للطباعة والنشر، عام 1955.

أما الموسوعات الأجنبية فأهمها:

أ. **الموسوعة البريطانية (Encyclopedia Britannica)** . وقد نشرت في مدينة شيكاغو بالولايات المتحدة الأمريكية، عن شركة الموسوعة البريطانية، في (30) مجلدا ضخما عام 1973. واشتملت على ثلاثة أقسام هي: الماكروبيديا (Macropedia) والتي اشتملت على الموضوعات والمداخل المختلفة التي عالجتها الموسوعة، وتشتمل على معلومات مرجعية إضافية وكشاف تفصيلي عن الجزء الأول من الموسوعة، وتقع في (10) مجلدات. أما الجزء الثالث والذي سمي بروبيديا (Propedia) فانه يقع في مجلد واحد، مقسم إلى عشرة موضوعات، تحت كل موضوعات منها معلومات عامة.

ب. **الموسوعة العالمية Encyclopedia International** . وقد صدرت طبعتها الأولى بين عامي (1963-1964) في مدينة نيويورك، عن مؤسسة كرولير (Grolier)، وتقع في (20) مجلدا. وتشتمل هذه الموسوعة على شتى الموضوعات، منها معلوماتها محدودة (اقل من 150 كلمة) ومنها معلوماتها كثيرة ومقالاتها طويلة. وهذه الأخيرة تكون عادة مكتوبة بأقلام أشخاص معروفين في حقول اختصاصاتهم. وقد نظمت موضوعات الموسوعة بشكل هجائي.

ج. **الموسوعة الفرنسية لاكراند (La Grand Encyclopedia)** . وقد صدرت هذه الموسوعة في مدينة باريس عن مؤسسة لاروس (Larousse) المعروفة، وللفترة بين عامي (1972-1977)، وتقع في (21) مجلدا. أما موضوعاتها الموزعة بين مختلف دول العالم والشخصيات والموضوعات المخصصة الأخرى فهي مكتوبة بأقلام أشخاص معروفين في مجالاتهم وتخصصاتهم. وقد عززت الموسوعة الفرنسية هذه بمختلف الرسومات والأشكال والخرائط.

د. وهنالك عدد من الموسوعات الأجنبية الأخرى العامة منها او المتخصصة مثل، دائرة معارف العلوم الاجتماعية (Encyclopedia of Social

Science)، ودائرة معارف العلوم والتكنولوجيا (Encyclopedia of Social and Technology) ،ودائرة معارف علوم المكتبات والمعلومات (Encyclopedia of Library and Information Sciences). وتقع هذه الموسوعات وغيرها من الموسوعات الغزيرة بالمعلومات المعرفية المتخصصة في العديد من المجلدات، وكتبت موضوعاتها بأقلام أشخاص معروفين في مجالاتهم وتخصصاتهم

2.. المعاجم اوالقواميس اللغوية: (Dictionaries)

وهذه مطبوعات مرجعية تهتم بتجميع الكلمات والمفردات في ترتيب هجائي، وتعطي معانيها واشتقاقاتها، وتوضح طريقة تلفظها، واستخداماتها وما شابه ذلك من الأمور التي تهم الباحثين، سواء كان ذلك في المعاجم اللغوية مفردة اللغة (من العربية إلى العربية / عربي – عربي) أو من اللغات الأجنبية إلى العربية (إنكليزي – عربي -، فرنسي – عربي..الخ) او بالعكس (عربي – إنكليزي...الخ).

وهناك عدد من المعاجم اللغوية العربية أحادية اللغة (عربي – عربي) القديمة منها والحديثة نورد نماذج منها كالآتي:

أ - **لسان العرب.** وهو من تأليف ابن منظور. وقد طبع في بيروت، عن دار بيروت، عام 1956، ويقع في (15) مجلدا . وكذلك فقد ظهرت طبعات لهذا المعجم اللغوي العربي، الذي يعد موسوعة لغوية أدبية تضم حوالي (80،000) مدخلا ومادة . فقد طبع عن طريق مطبعة بولاق بالقاهرة للفترة من 1300-1308 هجرية في (20) مجلدا. وطبعة دار صادر في بيروت في (15) مجلدا . ثم طبع مرة أخرى عام 1970 تحت عنوان (لسان العرب المحيط) في ثلاث مجلدات كبيرة.

ب. **القاموس المحيط.** تأليف مجد الدين ابو طاهر محمد بن يعقوب الفيروز ابادي، الذي يعتبر من كبار لغوي القرن الثامن الهجري.

ويشتمل القاموس المحيط على حوالي (60000) مدخل ومادة لغوية، وهو اصغر من مطبوع لسان العرب واشد اختصارا منه، إلا انه يزيد عليه في إكثاره من أسماء الأماكن الجغرافية والأعلام والشخصيات والألفاظ اللغوية.

ج - **كتاب العين.** تأليف الخليل بن احمد الفراهيدي. وهو من تحقيق مهدي المخزومي وإبراهيم السامرائي في طبعته الأكثر وضوحا. وقد طبع عن طريق وزارة الثقافة والإعلام العراقية، ويقع في (9) مجلدات. ويعتبر كتاب العين أول معجم لغوي عربي مرتب حسب الترتيب الصوتي للحروف وكلماتها.

د - **المنجد.** وهو معجم لغوي عربي من تأليف الأب لويس المعلوف، طبع عدة مرات كان آخرها الطبعة (27)، عام 1980، حيث أدخلت تنقيحات وإضافات عليه وخاصة في مجال الأعلام والسير.

أما القواميس ثنائية اللغة الأجنبية إلى العربية أو بالعكس فمن أمثلتها ما يأتي:

أ. **المورد.** قاموس إنكليزي – عربي. وهو من تأليف منير بعلبكي، وقد طبع لأول مرة عام 1967، عن دار العلم للملايين في بيروت، وأعيد طبعه عدة مرات بعد إدخال التحسينات والتحديثات اليه، فضلا عن الصور والرسومات التوضيحية وظهرت طبعته الـ (21) عام 1987.

ويعتبر المورد من افضل القواميس ثنائية اللغة بين الإنكليزية والعربية، حيث يشتمل على حوالي (100،000) مدخل ومادة، يعطي معناها ويهتم بألفاظها. وقد الحق به مؤخرا معجم للأعلام والتراجم والسير الموجزة لمشاهير الأشخاص من الرجال والنساء في العالم.

ب. **القاموس العصري.** وهو قاموس عربي – إنكليزي، تأليف الياس انطوان الياس. ظهرت طبعته الأولى عام 1922، اشتمل على (45،000) كلمة أو مادة، وكان في 693 صفحة. ثم أعيد طبعه وتنقيحه والإضافة عليه. وظهرت طبعته التاسعة عام 1962 أما طبعته الـ (11) فقد ظهرت عام 1976 تحت عنوان "قاموس الياس العصري".

ج - **القاموس الحديث.** فرنسي – عربي. وهو من تأليف متري الياس. وقد طبع عام 1970 في المطبعة العصرية بالقاهرة. ويشتمل إضافة إلى معاني الكلمات الفرنسية، على شرح لقواعد اللغة الفرنسية وتعليمات اللفظ وجداول بأهم الأفعال وتعريفها.

د- القاموس العربي – الروسي. إعداد خ.ك. بارانوف. وقد ظهرت طبعته الثانية في موسكو عام 1958، عن دار الدولة لنشر القواميس الأجنبية والوطنية. وقد اشتمل على عشرات الألوف من الكلمات والمفردات، وجاء في 1187 صفحة.

هـ - القاموس الوحيد : ألماني – عربي. وهو من تأليف رياض جبر. وظهرت طبعته الرابعة عام 1970 ويشتمل على حوالي (30،000) مدخل أو مفردة ألمانية ومعانيها ولفظها باللغة العربية.

و- المعجم التركي – العربي. تأليف إبراهيم الداقوقي وعبد اللطيف بدر أوغلوا ومحمد خورشيد داقوقلي. وقد صدر في عام (1982) في (4) مجلدات، عن وزارة الثقافة والإعلام.

ز- المعجم الذهبي: فارسي – عربي. وهو من تأليف محمد التونجي، صدر في بيروت عام 1969، عن دار العلم للملايين. وقد اشتمل على الآلاف من الكلمات والمفردات الفارسية ومعانيها باللغة العربية، ويقع في (623) صفحة.

أما القواميس الأجنبية فكثيرة، العامة منها والمتخصصة، نذكر مثالين منها هما:

أ. قاموس اوكسفورد الإنكليزي Oxford English Dictionary. Oxford Clarendom Press، 1933 12 Volumes.

ويقع هذا القاموس اللغوي في (12) مجلدا، وصدر ملحقا له عام (1972) في أربعة مجلدات. ويعالج هذا القاموس اكثر من (400،000) كلمة أو مادة من حيث معانيها باللغة الإنكليزية (أي إنكليزي – إنكليزي)، وكذلك أصولها وتطورها التاريخي ومشتقاتها.

ب. قاموس وبستر الدولي الجديد.

Webster's New Informational Dictionary of English Language. Springfield (USA)، G and C. Merriam، 3rd. ed. 1961.

وهذا القاموس عبارة عن مطبوع مرجعي بالكلمات الإنكليزية القياسية والنظامية وكما تكتب وتلفظ في الوقت الحاضر، ويشتمل على

حوالي (600،000) مدخل أو كلمة ومعانيها، من الإنكليزية إلى الإنكليزية. إضافة إلى ذلك فان القواميس من اللغة الإنكليزية إلى اللغات الأخرى من العربية، وبالعكس.

خامساَ: الأدلـــة والتراجم والسيرالمساندة في العمل الصحفي والإعلامي

1. **الأدلة (Guides)**، الأدلة هي جمع دليل، وهي المطبوعات المرجعية التي تهتم بالمعلومات الخاصة بالمؤسسات والمنظمات والهيئات العلمية، فضلا عن أدلة الدوريات، وما شابه ذلك من الأدلة. ومن الممكن أن نحدد الأدلة المرجعية الصادرة على المستويات المحلية والعربية والعالمية بثلاثة أنواع سنمثل لكل منها كالآتي:

أ - **أدلة الدوريات.** مثال ذلك، دليل الدوريات الخليجية الذي صدر عن مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العربي في بغداد في طبعته الأولى عام 1982. وقد اشتمل الدليل على معلومات تمثل أسماء الدوريات وجهات صدورها ومكانها وناشريها وتخصصاتها وما شابه ذلك من المعلومات التي تعرف الباحثين والقراء على المجلات والصحف الصادرة في منطقة الخليج العربي، ومن ضمنها العراق.

وهنالك دليل آخر عام وشامل بأسماء الصحف والمجلات العراقية ابتداء من أول صحيفة صدرت (الزوراء) وحتى عام 1973. وقد أطلق على هذا الدليل اسم "كشاف الجرائد والمجلات العراقية" وهو من تأليف زاهدة إبراهيم ومراجعة عبد الحميد العلوجي. وصدر عن وزارة الثقافة والإعلام في بغداد، عام 1976، ويقع في 499 صفحة.

ومن الأدلة العربية الأخرى دليل آخر صدر عن المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم تحت عنوان "الدوريات العربية: دليل عام للصحف والمجلات والدوريات الجارية في الوطن العربي". وقد صدر في القاهرة عام 1973. ويقع الدليل في 273 صفحة.

أما الدوريات الأجنبية فمن أوسعها انتشارا دليل الرخ الدولي للدوريات:

U1rich's International Periodicals directory Classified Guide to Current Periodicals، Foreign and Domestic. New York، Bowker.

وقد صدرت أول طبعة لهذا الدليل عام 1932 وتحدث إصداراته ومعلوماته كل سنتين وقد صنفت عشرات الألوف من الدوريات الصادرة في العالم موضوعيا، مع معلومات عن أسمائها وجهات إصدارها وفتراتها وما شابه ذلك.

ب - **أدلة الجامعات والمؤسسات التعليمية والأكاديمية.** وهنالك عدد من الأمثلة العربية والأجنبية لمثل هذه الأدلة المفيدة للباحثين اهمها، دليل الجامعات العربية. وهو من إعداد حميد الشيبي. صدر في الرياض، عن اتحاد الجامعات العربية عام 1984. ويقع الدليل في 637 صفحة ويشتمل الدليل على معلومات عن جامعات كل قطر عربي، سنة التأسيس، والتخصصات والمعلومات الإحصائية الأخرى المطلوبة.

وهنالك دليل للجامعات الأمريكية American) والذي يصدر في مدينة واشنطن عن معهد التعليم الأمريكي منذ عام 1928 وتحدث معلوماته عادة كل أربع سنوات. التي تمنحها، وأقسامها وعناوين الجامعات والكليات الأمريكية والدرجات التي تمنحها، وأقسامها العلمية وما شابه ذلك من المعلومات.

ومن الأدلة الأولية المهمة الكتاب اليدوي للجامعات ومعاهد التعليم العالي

International Handbook of Universities and Other Institutions of Higher Education.

وقد صدرت طبعته التاسعة في باريس عام 1983. ونظمت معلوماته حسب دول العالم المختلفة، ثم ذكرت أسماء الجامعات والمعاهد العالية وسنين تأسيسها ومواصفاتها الإدارية وملاكها التدريسي والدرجات التي تمنحها مواصفات التسجيل فيها ومطوعاتها... الخ.

وهنالك دليل دولي آخر باسم عالم المعرفة (The World of Learning) الذي يصدر في لندن منذ عام 1947، وتحدث 4 معلوماته وإصداراته سنويا. وهو مرتب بشكل هجائي حسب أسماء دول العالم. وهنالك معلومات عن الجامعات والمكتبات والمتاحف ومراكز البحوث في كل دولة منها.

ج - **أدلة الدوائر والمؤسسات الأخرى.** ومن أمثلتها : دليل التشكيلات الإدارية للجمهورية العراقية. وقد صدر هذا الدليل عن المركز القومي للاستشارات والتطوير الإداري في وزارة التخطيط عام 1985. ويعتبر

نسخة محدثة ومنقحة للمعلومات الإدارية الخاصة بالمؤسسات الرسمية والوزارات والدوائر الأخرى. ودليل الصناعات العراقية ، الذي يصدره اتحاد الصناعات العراقية ، في بغداد ، منذ عام 1962.وتحدث معلوماته بشكل سنوي . وتشتمل معلوماته على عناوين المؤسسات الصناعية ورأسمالها واختصاصاتها وعناوينها.

ومن الأدلة الأجنبية دليل المؤسسات الأوربية (Directory of European)Associations . ويصدر في لندن منذ عام (1971) وتحدثت معلوماته عدة مرات. وصدرت آخر طبعة منه عام 1984.ويشتمل على معلومات من مؤسسات تجارية وصناعية للأنشطة المختلفة في الدول الأوربية.

ودليل المصانع الأمريكية المعروف باسم (Thomas' Register of American Manufactures) ويصدر في نيويورك منذ طبعته الأولى عام 1950 . وتحدث معلوماته سنويا، يشتمل في مجلداته الستة على اكثر من (75.000) شركة ومؤسسة صناعية ، ومعلومات عن منتجاتها واهم العاملين بها.

ومن الجدير بالذكر بأن الدليل والعديد من المطبوعات المرجعية الأجنبية الأخرى مهيأة في الوقت الحاضر بشكل يتماشي مع تقنيات المعلومات والاتصالات الحديثة المهيأة للباحثين في المكتبات ومراكز المعلومات العراقية والعربية والعالمية، مثل البحث بالاتصال المباشر (Online) عن طريق ربط الحاسب الآلي بشبكة الاتصالات بعيدة المدى واستلام المعلومات. وكذلك بشكل أقراص الليزر المكتنزة (CD-Ram) والتي سنتطرق إلى معلوماتها في الصفحات القادمة من هذا الكتاب.

2. التراجم وسير الشخصيات (Biographies)

وهذا النوع من المطبوعات المرجعية يكرس عادة إلى سير وحياة الأشخاص والتعريف بالمشهورين منهم، على المستويات العامية أو الإقليمية أو الوطنية، أو المهنية الموضوعية المحددة. وتهتم كتب التراجم والسير هذه عادة بإعطاء نبذة (مختصرة أو مطولة) عن حياة الأشخاص وإنجازاتهم والمعلومات الأساسية الأخرى عنهم.

فقد يحتاج الباحث إلى معرفة سيرة حياة فرد، قائد أو مفكر أو من المشاهير في حقول الأدب أو الفن أو الرياضة أو العلوم الأخرى، سواء كانت

هذه الشخصيات معاصرة موجودة، او تاريخية راحلة. ونعطي بعض الأمثلة للمطبوعات المرجعية في هذا المجال كالآتي:

أ. **كتاب الأعلام.** ويشتمل على معلومات وتراجم لأشهر الرجال والنساء من العرب والمستعربين والمستشرقين، وهو من تأليف خير الدين الزركلي، وقد صدرت الطبعة الرابعة منع عام 1979، ويقع في (8) مجلدات. ويخص هذا المطبوع بالذكر سير حياة اهم الشعراء والادباء والمؤرخين والفقهاء والامراء العرب.

ب. **كتاب الأنساب.** وقد صححه وعلق عليه عبد الرحمن بن يحي العلمي اليمني. وطبع في مدينة حيدر آباد، في مطبعة دائرة المعارف العثمانية، عام 1962. ويقع في (5) أجزاء.

ج. **معجم المؤلفين العراقيين في القرنين التاسع عشر والعشرين،** وللفترة من 1800-1969 ميلادية. وهو من تأليف كوركيس عواد، وقد طبع في بغداد، في مطبعة الإرشاد، عام 1969 ويقع في (3) أجزاء.

ومن المطبوعات المرجعية الأجنبية للسير والتراجم:

د. **وبستر القاموسي للتراجم**

Webster's Biographical Dictionary. Springfield
1974. 1697 P. ، G. and C. Merriam،(USA)

ويشتمل هذا المطبوع على حوالي (40،000) اسم وشخصية عالمية، من المعاصرين الأحياء والأموات. ويعطي معلومات موجزة عن كل شخصية. وعلى الرغم من ان معظم هذه الشخصيات المذكورة في المطبوع أمريكية وبريطانية إلا انه يعطي بعض من المعلومات عن شخصيات عالمية مهمة.

هـ. **كتاب من هو الدولي Europa ،International Who's Who. London Publications**

ويصدر هذا المطبوع سنويا عادة منذ طبعته الأولى عام 1935. ويعطي معلومات عن حوالي (15،000) شخصية من الرجال والنساء المعاصرين الذين يمثلون قطاعات وطنية وقومية ودولية واسعة.

سادساً:الكتب والأطروحات والمراجع الإحصائية المساندة

1. **الكتب :** الكتاب مصدر، كان ولا يزال، صديق الباحث ومعينه الذي لا ينضب، يتم فيه جمع وتنسيق المعلومات بصورة جديدة. وقد لا يقدم الكتاب معلومات حديثة نسبياً، وذلك نظراً لطول المدة التي يستغرقها نشره، منذ بداية كتابته من قبل المؤلف حتى وصوله إلى أيادي القراء، مروراً بمراحل الإعداد والنشر والطبع، وكل مراحل اللازمة لإظهاره بشكله النهائي، والتي قد تبلغ بأقل تقدير سنتين إلى ثلاث سنوات.

ومنذ أن عرف الكتاب حتى الآن مر بمراحل متعددة من التطور الذي أثر، وبشكل واضح، على مكوناته الأساسية والشكل الخارجي له، إضافة إلى التنوع الكبير بوظائفه. ولا تعني كلمة كتاب شيئاً وافياً، في الوقت الحضر، ما لم نكملها ونردفها بكلمة أخرى، لتساعد في تحديد مدلولها، مثل الكتاب المدرسي، والكتاب أحادي اللغة، والكتاب السنوي، والكتاب الإحصائي، وكتب الأطفال، والكتب المرجعية... الخ.

وبرغم المنافسة الشديدة التي يواجهها الكتاب اليوم من أوعية نقل المعلومات الأخرى، ولا سيما الدوريات، إلا أنه لا يزال أكثر المواد المكتبية عدداً وأوسع أوعية نقل المعلومات استخداماً من قبل العديد من المستفيدين. وهنا لا بد من التأكيد على المكتبات ومراكز المعلومات، التي تسعى إلى تعزيز مجموعتها من الكتب، على الأخذ بنظر الاعتبار إحتياجات الباحثين من تدريسيين وطلبة وباحثين آخرين أكاديميين وغير أكاديميين، والاستعانة بهم في اختيار عناوين الكتب المطلوبة في البحث العلمي. وأن توضع بعض المعايير الأساسية في اختيار واقتناء الكتب الخاصة بالبحث العلمي، مثل حداثة معلوماتها ، وكفاءة كتابها وعلاقتهم بالمواضيع المكتوبة وسمعة دور النشر. وقد تأتي أهمية الكتب الموضوعية المتخصصة بالدرجة الثانية ضمن مجاميع مكتبات الجامعات والكليات ومؤسسات البحث العلمي الأخرى، حيث أن مثل هذه المؤسسات تعتمد المعلومات الجارية والحديثة والسريعة التي تنشر في الدوريات كالمجلات العلمية المتخصصة والتقارير الفنية والسنوية ، على انه يبقى للكتب الموضوعية المتخصصة أهميتها في العديد من الحالات وعموما فان المواد وأوعية نقل المعلومات المختلفة تكمل بعضها البعض الآخر في مجال جمع وتقديم المعلومات للبحث العلمي.

2. الأطروحات والرسائل الجامعية (Thesis & Dissertations)

للرسائل الجامعية أهمية خاصة في البحث العلمي، فهي من الوثائق المهمة التي يحتاجها الباحثون في موضوعاتهم، وذلك لأنها أوعية لنقل المعلومات الأولية التي تتناول في العادة موضوعات حديثة لم يسبق أن تم التطرق إليها بدرجة التفصيل والتعمق نفسها في أوعية نقل المعلومات الأخرى، فهي تمثل جهدا علميا أصيلا. وقد تكون الرسالة الجامعية على مستوى درجة الدبلوم العالي أو الماجستير أو الدكتوراه، وتختلف تسميتها باللغة الإنكليزية من مكان إلى آخر، حيث تسمى رسالة الدكتوراه في بريطانيا (Thesis) بينما الاسم الأكثر استخداماً في الولايات المتحدة الأمريكية هو (Dissertation).

وتعرف الرسائل الجامعية بأنها عمل علمي يتقدم به طالب الدراسات العليا في الجزء الأخير من مدة دراسته والتي تختلف من دولة إلى أخري ومن نظام جامعي إلى آخر لغرض الحصول على درجة جامعية معينة في الغالب تكون ماجستير أو دكتوراه. وتختلف أهمية الرسالة الجامعية من حيث كونها إسهاما علميا متميزا تبعا للمستوى الذي تعد فيه مما لاشك فيه ان رسائل الدكتوراه إسهاماً أكثر فاعلية من رسائل الماجستير على اعتبار ان طالب الدكتوراه قد اكتسب من الخبرة ما يؤهله لإنجاز رسالته بشكل افضل ، فهو قد اعد رسالة ماجستير سابقا كما أن دخوله لميدان البحث العلمي بعد الماجستير قد اكسبه خبرة جيدة من خلال ممارسة البحث العلمي، والتي سيستثمرها بكل تأكيد في إعداد رسالة الدكتوراه، في الوقت الذي يفتقر فيه طالب الماجستير أو الدبلوم لهذه الخبرة فهو يخوض تجربته الأولى في إعداد بحث أكاديمي متكامل لهذا تنظر الأوساط العلمية لرسائل الدكتوراه نظرة خاصة وفق هذه الاعتبارات.

وهنالك الكثير من هذه الرسائل يجد طريقة إلى منافذ النشر لاحقا سواء تم نشر الرسالة بشكل كامل أو للأجزاء المهمة منها وان عملية النشر هذه ستضفي على الرسالة أهمية خاصة ، فغالبا ما يحرص الطلبة والباحثين على الرجوع إلى الأصل بعد اطلاعهم على الأجزاء التي تم نشرها على اعتبار أن الرسالة الجامعية تمثل في نظرهم الجهود العلمية الحقيقة الجديرة بالاعتبار ، كما ان الرغبة المتواصلة لدى طلبة الدراسات العليا في تقديم أعمال متميزة في محتواها الموضوعي يدفعهم إلى الاطلاع على الرسائل السابقة في اختصاصهم للتأكد من عدم التطرق سابقا للموضوعات التي ينون اختيارها حتى يضمنوا عدم التكرار الذي يؤدى إلى هدر الطاقات الذهنية للطالب والإمكانات المادية للبلد التي كان من الممكن أن تستثمر في إنجاز أعمال أخرى اكثر أهمية.

3. المراجـع الإحصائيــة Statistical References

وهذه مطبوعات مرجعية أخرى تهتم بتجميع وتبويب الأرقام والبيانات والحقائق عن نشاط معين أو موضوع محدد. وتعتبر الأرقام والإحصاءات مهمة للباحثين، عندما يضمنوا موضوعاتهم التي يبحثون فيها شيئا من هذه الإحصاءات التي تعزز معلوماتهم.

ومن أهم المراجع الإحصائية ما يأتي:

أ- **المجموعة الإحصائية السنوية**، التي تصدر عن الجهاز المركزي للإحصاء بوزارة التخطيط في الجمهورية العراقية. ويشتمل هذا المطبوع المرجعي على بيانات إحصائية مهمة عن اوجه النشاطات المختلفة في العراق، كالسكان وتوزيعهم الجغرافي والعمري والوظيفي، والتعليم بمستوياته المختلفة، والنقل، والمصارف، وجوانب أخرى اجتماعية واقتصادية وثقافية. وعلى الرغم من أن بداية صدور هذا المطبوع كان عام 1929، إلا أن معلوماته تحدث بشكل دوري وسنوي أحيانا.

ب- **النشرات والمجموعات الإحصائية الأخرى للأقطار العربية المختلفة.** حيث تصدر العديد من الأقطار العربية- وكذلك دول العالم الأخرى- مطبوعات إحصائية سنوية عن أنشطتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، مثل نشرة الإحصاءات والدراسات الاقتصادية الصادرة عن مصلحة الإحصاء في الجمهورية التونسية، والنشرة الإحصائية السنوية الصادرة في الأردن، ومثيلاتها في المغرب وسوريا.

جـ- **الكتاب الإحصائي السنوي للأمم المتحدة (United Nations Statistical Yearbook)**

وهو مرجع إحصائي شامل لمعلومات رقمية عن مختلف دول العالم للأنشطة والمجالات الحياتية الاجتماعية والاقتصادية المختلفة. وتحدث معلوماته سنويا.

سابعاً: المطبوعات السنوية وموجزات الحقائق المساندة

Annuals and Facts

1. **المطبوعات السنوية** : هي مطبوعات مرجعية - غالبا سنوية - تهتم بأنشطة الدول والمؤسسات المختلفة ، وتعطي معلومات عن أحداث وأخبار وأنشطة اقتصادية وسياسة واجتماعية وتعين مثل هذه المطبوعات الباحثين في التعرف على العديد من الأنشطة والمعلومات الحديثة في مختلف مجالات الحياة في العالم ، دول وأقاليم ومجموعات أخرى. ومن أهم هذه المطبوعات:

أ - حقائق في الملف. (Facts on File: Weekly World News Digest)

ويصدر هذا المطبوع المرجعي الأسبوعي في مدينة نيويورك منذ عام 1940: ويشتمل هذا المطبوع على الأخبار والأحداث الخاصة بالولايات المتحدة الأمريكية والعالم من حيث الشؤون الدولية والاقتصادية والمالية .

ب - اشهر الحقائق الأولى. (Famous First Facts by J.N. Kane)

ويصدر هذا المطبوع الذي يشتمل على موجزات بالحقائق والأنشطة المختلفة في نيويورك عن مؤسسة ولسن. ويحتوي على معلومات عن أهم المخترعين واهم الأحداث والحقائق الاقتصادية والفنية والرياضية والاجتماعية والعسكرية... الخ.

ج - كتاب جينز للأرقام القياسية العالمية (Guinness Book of World Records)

وقد ظهرت أول طبعة لهذا الكتاب اليدوي عام 1955. وهو مطبوع مرجعي عن الأرقام القياسية لمختلف أنشطة الحياة ، وتحدث معلوماته سنويا.

د- كتاب المعلومات السنوية المعروف باسم (Information Please Almanac)

ويصدر هذا المطبوع المرجعي الغني بالمعلومات والبيانات سنويا، ويشتمل على خرائط وأرقام وبيانات غزيرة عن مجمل أنشطة الدول المختلفة والعالم، من الموسيقي إلى السياسة إلى الأحداث التاريخية.

هـ – وثائق كيسنغ المعاصرة (Keesing's Contemporary Archives)

ويصدر هذا المطبوع الأسبوعي في لندن عن أهم الأحداث والأخبار الخاصة بالمملكة المتحدة وأوربا وعدد من دول العالم.

و - الكتاب السنوي للحقائق المعروف باسم :(World Almanac and Book of Facts)

وهو مطبوع مرجعي سنوي يصدر منذ عام 1968 في نيويورك، ويشتمل على بيانات وأحداث وتطورات وانشطة سياسية واقتصادية واجتماعية في مختلف دول العالم.

ز- الكتاب السنوي للأمم المتحدة (Yearbook of the United Nations)

ويشتمل هذا المطبوع الذي يصدر عن منظمة الأمم المتحدة في نيويورك على ملخصات اجتماعية وقرارات الأمم المتحدة وأنشطتها . وتحدث معلوماته سنويا.

ومن الجدير بالذكر ان استخدام مثل هذه المطبوعات المرجعية وغيرها يجب ان يخضع لحقيقتين أساسيتين هي:

1- إن المطبوعات المرجعية تستخدم من الباحثين كنقطة انطلاق نحو المصادر الأخرى ، أو للتأكيد من معلومة معينة أو معنى محدد او رقم ... الخ.

2- الانتباه إلي المعلومات التي تستقي من المراجع الأجنبية ، وخاصة المتعلقة منها بأمور العراق والمنطقة العربية. وهذا الجانب يتأكد اكثر في الموضوعات السياسية والاجتماعية والاقتصادية ، أي العلوم الإنسانية ، لكن أوسع منه في العلوم الصرفة والتطبيقية.

وهنا لا بد من التذكر بأن هدف الباحث في استقاء المعلومات يجب ان يتركز على المصادر الأولية (Primary Sources) قبل اللجوء إلى المصادر الثانوية (Secondary Sources) والمطبوعات المرجعية هي النوع الثاني .

ثامناً: الأطالس والمراجع الجغرافية المساندة

(Atlases & Geographic References)

وهي مطبوعات مرجعية تختص بالمعلومات الخاصة بالمواقع الجغرافية والدول والقارات المختلفة ، فضلا عن البحار والأنهار والجبال والمناخ وما شابه ذلك من المعلومات الجغرافية التي يرجع إليها الباحثون في تعزيز معلوماتهم وموضوعاتهم التي يكتبون عنها.

ومن أهم الأطالس والمراجع الجغرافية ، العربية منها والأجنبية، ما يأتي:

أ - **أطلس حافظ.** إعداد احمد حافظ، وقد طبع عدة مرات ، وظهرت طبعته الثامنة عشر عام 1962 منقحة ومعدلة ، ويقع في (83) صفحة ، ويشتمل على العديد من الخرائط، بعضها ملونة ، وعلى معلومات جغرافية متنوعة.

ب - **أطلس العالم الحديث.** إعداد فيليب رفله، وقد طبع في القاهرة عام 1964، في 111 صفحة . ويشتمل على خرائط تتناول الجوانب الاقتصادية والسياسية والتاريخية للدول والقارات.

ج - **الأطلس العربي العام.** إعداد سعيد صباغ، وقد طبع في بيروت عام 1970، واهتم بالأقطار العربية ودول البحر الأبيض المتوسط . ويشتمل الأطلس إضافة إلى الخرائط معلومات عن دول العالم ومساحاتها وسكانها ومدنها المهمة.

د - **أطلس الوطن العربي.** وقد صدر في القاهرة ، عام 1965. ويقع في 583 صفحة لخرائط ملونة طبيعية منها وسياسية واقتصادية وإدارية وفلكية للأقطار العربية ، وكذلك لقارات العالم مع معلومات وجداول بأسماء وحدات العالم السياسية ومساحاتها وسكانها.

هـ- **أطلس كولومبيا للعالم.** والذي يدعى Columbia Lippincott Gazetteer of World) ويصدر هذا الأطلس عن مطبعة جامعة كولومبيا في نيويورك منذ عام 1952، وصدرت له ملاحق عام 1962. ويشتمل على حوالي (130.000) اسم ومادة عن المواقع الجغرافية المختلفة في العالم ، والمساحات والسكان والمواصفات المادية والجغرافية الاخرى .

و - **أطلس هافوند ميداليان للعالم : Hafond Medallion on World Atlas** وقد صدر هذا الكتاب المرجعي الجغرافي عام 1972، ويقع في 1370

صفحة، وقد صدر في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1975، ويقع في 655 صفحة ، ويشتمل على (600 خارطة مفصلة للمواقع الجغرافية المختلفة في العالم .

ز- **قاموس وبستر الجغرافي** Webster's New Geographical Dictionaryويشتمل على معلومات جغرافية هامة لحوالي(50.000) اسم او مدخل . والمعلومات الخاصة بالمساحات والسكان والمواصفات الطبيعية والاقتصادية والتاريخية للمواقع الجغرافية المختلفة التي يعالجها هذا المطبوع مهمة للباحثين.

تاسعاً: مصادر معلومات مساندة أخرى

أ. التقارير الفنية (Technical reports)

هي عبارة عن تسجيل كامل الخبرة المكتسبة للباحث من جراء إجراء بحث معين، ويمكن إيجاز تعريفها أيضا على أنها قصة البحث كاملة.

وعلى الرغم من أن الكثير من التقارير تشتمل على معلومات قد تكون أشمل وأكثر من تلك التي تظهر في مقالات الدوريات، حيث أنها تضم إلى جانب المعلومات النصية، الملاحق والجداول والأشكال البيانية والصور الفوتوغرافية، إلا أنها، في نظر معظم الباحثين، مجرد تقارير مرحلية، فنصف التقارير المنتجة من الباحثين العلميين تظهر لاحقاً على شكل مقالات في الدوريات العلمية.

أما ما يميز التقارير الفنية عن مصادر نقل المعلومات الاخرى، وخاصة مقالات الدوريات، هي الضمانات الأمنية التي توفرها المعلومات، كما أنها تقدم معلومات اكثر تفصيلاً، حيث تسجل البيانات والحقائق المساندة بشكل كامل وبدون قيود أحياناً، إضافة إلى السرعة في بث المعلومات، والتي تعتبر ميزة أخرى للتقارير، فالوقت اللازم لصياغة التقرير بشكله النهائي أقل بكثير من الوقت اللازم لكتابة المقالة، على سبيل المثال، لأن التقرير لا يمر بسلسلة الخطوات التحريرية والطباعية والإخراجية نفسها التي تمر بها المقالة، وأخيراً توفر التقارير فرصة الوصول المباشر للمستفيد إليها، لوجود تناسب بين عدد النسخ وحجم الجمهور الذي يتوقع له الإفادة منها.

ب. وقائع المؤتمرات (Conference proceedings)

تعرف أعمال المؤتمرات بأنها سجلات مطبوعة لاجتماعات ومؤتمرات المنظمات، تصاحبها في أكثر الأحيان مستخلصات عن التقارير والبحوث المقدمة في تلك المؤتمرات والاجتماعات. كذلك فهي تلك الوثائق التي تشتمل على بحوث ودراسات تعرض للمناقشة في اجتماع أو لقاء علمي قد يكون على شكل ندوة أو حلقة دراسية أو مؤتمر، على مجموعة من العلماء والمختصين في مجال موضوعي محدد او محور من محاور المعرفة البشرية، وأعمال المؤتمرات سواء كانت على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي تكتسب أهمية خاصة بوصفها أحد أنواع أوعية نقل المعلومات. فغالباً ما يحرص الباحثون على الاحتفاظ بالنتائج العلمية المهمة التي توصلوا إليها للإعلان عنها في مثل هذه اللقاءات، وذلك لضمان وصولها إلى نخبة من العلماء والباحثين في الاختصاص، وغالباً ما تنتهي معظم الأعمال التي تقدم للمناقشة في المؤتمرات إلى النشر، بعد اكتسابها المزيد من الدقة

والموضوعية الناتجة عن المناقشات المستفيضة لها في المؤتمر، من قبل المشاركين، وتتمتع أعمال المؤتمرات بمزايا عديدة، من أبرزها العرض الشفهي لها وما يتبع ذلك من مناقشات واستفسارات من جانب المشاركين، لهذا يحرص الباحثون على بذل قصارى جهودهم في إنجاز عمل متميز، لعلمهم المسبق أن المجتمع الذي سيعرض عليه البحث يمثل قمة المختصين في الغالب، حيث يحرص المسؤولين عن التحضير للمؤتمر على دعوة الشخصيات البارزة في المجال العلمي لهم. وتنقسم الوثائق الخاصة بالمؤتمرات إلى ثلاثة أنواع، هي الوثائق التي تسبق انعقاد المؤتمر مثل الإعلانات والدعوات والبرامج والطبعات المبدئية لبحوث المؤتمر، أما الفئة الثانية فهي الوثائق التي تنشر أثناء انعقاد المؤتمر، ككلمات الافتتاح والختام وقوائم أسماء المشاركين والتوصيات والقرارات ونصوص البحوث التي ترد إلى إدارة المؤتمر بعد طبع وثائق ما قبل المؤتمر وهذا النوع من الوثائق يصعب تتبعها أو الوصول إليها بدون المشاركة الفعلية في المؤتمر. أما الفئة الأخيرة وهي ما يهمنا أمرها على وجه التحديد، فهي وثائق ما بعد المؤتمر وتشتمل هذه الوثائق على النصوص المنشورة لما تم تقديمه للمؤتمرين من بحوث بعد إجراء التعديلات المناسبة، التي أفرزتها المناقشات أثناء عرض البحث، وقد تجد هذه البحوث طريقها إلى النشر وبأشكال مختلفة فقد تصدر على شكل كتاب أو مقالات دورية أو كلاهما وأحيانا تنشر في سلاسل التقارير. وهذا النوع هو ما يهم الباحثين سواء من شارك في المؤتمر أو لم يشارك، بوصفها إحدى أوعية نقل المعلومات المهمة والمواكبة للتطور الحاصل في الوسط العلمي.

ج. بـراءات الاختـراع (Patents)

هي الوثائق التي تسجل اختراع شيء جديد لم يكن معروفا أصلاً، ولم ينشر عنه سابقا في أي من وسائل النشر المعروفة للأوساط العلمية[20]، ولقد كانت إيطاليا الدولة السابقة في سن قانون براءات الاختراع، عندما صدر مرسوم عن مجلس الشيوخ بالبندقية عام 1474م. أما في بريطانيا فان العلمية كانت اكثر تنظيما بعد ان صدر قانون الاحتكارات عام 1623م. وإن أول ظهور لوثائق براءات الاختراع، باعتبارها نوع من أنواع أوعية نقل المعلومات، كان بعد تعديل القانون البريطاني، بإضافة فقرة تنص على طبع كل ما يمنح بعد ذلك من براءات، وبناء عليه تم طبع كل ما سبق من البراءات البريطانية وتحديدا من البراءة رقم "1" والتي كانت قد منحت عام 1617م وحتى رقم "14359" لعام 1852م. وبراءة الاختراع كقانون عبارة عن اتفاقية معقودة بين الدولة والمخترع تضمن الدولة بمقتضاها حق المخترع في الانتفاع المادي من اختراعه من خلال استغلال الاختراع أو بيعه إلى جهة

أخرى لاستغلاله لمدة محددة، وبعد انتهاء هذه المدة يصبح انتهاء هذه المدة يصبح بإمكان الدولة التصرف الكامل به. وتمثل براءة الاختراع وصف تفصيلي للاختراع في شكل ذو مواصفات فنية، لذا تعبر الأوعية المهمة لنقل المعلومات العلمية والتقنية. وبذلك يصبح لبراءة الاختراع ثلاثة جوانب، الجانب الأول هو الجانب القانوني والآخر اقتصادي ما الجانب الثالث، فهو الجانب التقني والعلمي والذي يهم الأوساط العلمية لما يحتويه من وصف تقني للاختراع.

د. المواصفات والمقاييس (Standards and Specifications)

وتسمى كذلك المواصفات القياسية، وهي وثائق فنية ذات محتوى علمي لأنها تحدد الأنواع والنماذج الخاصة بالمنتجات وبيان صفاتها وطرق فحصها ورزمها وتسويقها ونقلها وتخزينها، كما وتحدد قيمتها الفنية وقياسات أبعادها ومصطلحاتها ورموزها، ووصفاً شاملاً، وتعتمد عادة لضمان الجودة العالية في المنتجات. كذلك فهي المصادر والأوعية التي تنشر ما اتفقت عليه المنظمات الدولية أو الإقليمية أو القومية على توحيد المواصفات والمقاييس في المجالات المتعددة لتشمل القطاع الصناعي والتجاري والاقتصادي وقطاع الاتصالات والمواصلات، والهدف منه توحيد المقاييس داخل الدولة الواحدة والعالم، وتسهيل عملية استخدام كل دولة لمنتجات وأجهزة الدول الأخرى، على اعتبار أنها صنعت وفق المواصفات العالمية المعتمدة. وتتولى المنظمة الدولية للتوحيد القياسي International Organization For Standardization (ISO) مسؤولية إصدار هذه المواصفات وترتبط بها الأجهزة المركزية المحلية لكل دولة، ففي العراق على سبيل المثال، يقوم الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية بهذا الدور. والمعايير الموحدة أو المواصفات القياسية ليست شكلا من أشكال مصادر أوعية نقل المعلومات التي يحتاج لها الباحثين فحسب، وإنما لها مساس مباشر بحياتنا اليومية التي لا تخلو من تشغيل جهاز معين أو شراء سلعة ما وتصدير المعايير الموحدة على شكل وثائق يحتوي كل منها على مجموعة الشروط والقياسات والمواصفات لأجهزة أو سلع معينة، تحتوي في الغالب على جداول إحصائية ورسوم إيضاحية او أي وسائل أخرى. وتحتل المعايير الموحدة باعتبارها أوعية لنقل المعلومات مكانا خاصا بين المصادر والأوعية الأخرى، لاسيما بالنسبة للشركات الصناعية والتجارية والخدمية المختلفة، فهي تقسم إلى عدة أقسام، الأول منها يحتوي على المواصفات الخاصة بالأبعاد، والتي تهدف إلى توحيد أشكال وأحجام المنتجات المختلفة، والثانية هي المواصفات الخاصة بالأداء والتي تهدف إلى ملائمة المنتج للغرض الذي انتج من اجله،

والقسم الثالث مواصفات معيارية والتي تستخدم في التعرف على مدى مطابقة المواد أو العناصر المنتجة لمعايير الأداء والجودة، وفي مجال الاتصالات هناك مواصفات المصطلحات والرمز والمختصرات المستخدمة في عمليات الاتصال، وهناك أيضا مواصفات تقنيات الممارسة وهذه تهدف إلى ضمان تركيب الأجهزة وتشغيلها، وأخيراً المواصفات الفيزياوية والكمية للمواد الصناعية والتجارية كالطول والحجم ودرجة الحرارة، ان هذا التعدد في المعايير الموحدة هو دليل على أهميتها كوعاء تعددت أنماط الإفادة منها.

هـ. الكتيبــات والنشرات

الكتيبات، جمع كتيب (Booklet)، هي عبارة عن مطبوعات ذات طابع خاص بالنسبة إلى صفحاتها التي لا تزيد عن (50) صفحة عادة وحجمها الذي يكون اصغر من الكتاب الاعتيادي (حوالي نصف حجم الكتاب). وتشتمل على معلومات محددة تصدرها المؤسسات الإعلامية والإرشادية في الوزارات. وقد تكون معلوماته عن شخصية سياسية أو إعلامية فيها معلومات يحتاجها بعض الباحثين.

أما بالنسبة للنشرات Bulletins فهي مطبوعات (غالبا ما تطبع بجهاز الرونيو الاعتيادي) تصدر عن وزارات وسفارات ومؤسسات رسمية وغير ووكالات أنباء. وتشتمل على بيانات ومعلومات سريعة ومهمة احيانا، ولايعاد نشرها في وسائل أخرى أو أوعية ثانية لنقل المعلومات.

و. الوثائق الجارية والوثائق التاريخية والمخطوطات

يحتاج العديد من الباحثين إلى الرجوع إلى الوثائق الرسمية المحفوظة لدى المؤسسات المعنية بالبحوث. فقد يقوم باحث بإجراء بحث عن مكتبة الجامعة وتطوير ادارتها، او مستشفى (او مجموعة مستشفيات) وتطوير خدماته وادراته، او مصنع، أو ما شابه ذلك من الوحدات الإدارية والاجتماعية والمؤسسات الخدمية والإنتاجية، ثم يحتاج ذلك الباحث إلى الرجوع إلى بعض المخاطبات والوثائق الرسمية الصادرة عن هذه الوحدات والمؤسسات، أو الواردة إليها، لأنها تشتمل على معلومات تهم صميم بحثه، وتمثل مصادر أولية له. ومن الجدير بالذكر ان عدد من الكتاب والمعنيين بمثل هذه الوثائق يطلقون عليها مجازا اسم "الأرشيف الجاري".

أما الوثائق التاريخية (Archives) ، فقد يحتاج بعض الباحثين إلى الرجوع إلى خلفيات تاريخية لموضوع من الموضوعات عن المؤسسات ودراسة التطور الذي حصل في ذلك الموضوع أو المؤسسة والتغييرات التي طرأت عليه. فضلا عن المعلومات التاريخية المهمة عن العديد من

الشخصيات الوطنية والقومية، والكثير من الأحداث والظواهر المحلية وتطوراتها.

أما المخطوطات (Manuscripts) فتمثل مصادر أولية لمعلومات موثقة تخص دراسة العديد من الموضوعات. ويسعى عدد من الباحثين إلى الاعتماد الكلي او الجزئي على المعلومات الواردة في المخطوطات، ودراستها وتحليلها شكلا ومضمونا. وتمثل المخطوطات جزءا مهما من تراثنا العربي والإسلامي الذي يستحق الدراسة والبحث في مختلف فنون المعرفة البشرية.

ت. كشافات الدوريات وقوائم المؤلفات **(Indexes and Bibliographies)**

قوائم المؤلفات أو ما تسمى تعريباً الببليوغرافيات هي مطبوعات مرجعية تهتم بتجميع وتبويب النتاج الفكري (كتب ، دوريات ، مواد مطبوعة وغير مطبوعة أخرى) على المستويات الوطنية والإقليمية والدولية . ويكون هذا التجميع في مجال او موضوع محدد (ببليوغرافيا متخصصة) أو في مجالات (ببليوغرافيا شاملة).

ومن أهم هذه الببليوغرافيات والفهارس القديمة منها والحديثة ما يأتي:

أ - **الفهرست .** تأليف محمد بن اسحق المعروف بابن النديم. يشتمل مطبوع الفهرست على تعريف لحوالي (6000) كتاب ومطبوع ظهر باللغة العربية أو ترجم إليها في مختلف أنواع المعرفة منذ بداية التأليف وحتى تاريخ انتهاء ابن النديم من إعداد كتابة ، غي عام 987 للميلاد (377هـ) . وقد طبع عدة مرات في ألمانيا وبيروت والقاهرة ، وغطت معلوماته (33) موضوعا، كاللغة والفلك والطب والهندسة والفلسفة، وما شابه ذلك .

ب- **قوائم المؤلفات الوطنية العربية .** تصدر العديد من الأقطار العربية الأخرى قوائم مؤلفات (ببليوغرافيات) دورية تغطى مختلف النتاجات الفكرية الوطنية الصادرة في ذلك القطر وتحت عناوين متعددة مثل: الببليوغرافية الجزائرية، والببليوغرافية الوطنية المغربية والببليوغرافية الفلسطينية.

د - **النشرة العربية للمطبوعات .** وقد صدرت طبعات سنوية منها في القاهرة أولا. عن المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم منذ عام (1972-1979) وبالتعاون مع دار الكتب المصرية . ثم صدرت في تونس طبعات أخرى بعد انتقال المنظمة العربية إليها. وقد اشتمل الإصدار الأخير منها لعام 1986 على المطبوعات الوطنية المنشورة في

العراق والأردن والسودان وسوريا والمغرب والبحرين وغيرها من الأقطار العربية.

هـ- هنالك مطبوعات مرجعيان يمثلان قوائم مؤلفات (ببليوغرافيات) شاملة عن الكتب والمواد الأخرى الصادرة في مختلف دول العلم ، الموجودة في مكتبة الكونغرس في واشنطن، والمكتبة البريطانية في لندن ، هما :

- United States Library of Congress: A Catalog of Books Represented by Library of Congress Printed Cards...

- British Museum- Department of Printed Books. General Catalog of Printed Books...

ويشتمل المطبوع الأول على (167) مجلدا عن كل ما يصدر في دول العالم من مطبوعات وتصل إلى مكتبة الكونغرس الأمريكية ، مع إضافات دورية مستمرة. أما المطبوع الثاني فيشتمل على (263) مجلدا ، مع إضافات دورية مستمرة.

ويفيد هذان المطبوعان الباحثين في التعرف على ما صدر من نتاج فكري عالمي في مختلف الموضوعات ، مع بيانات كافيه عن كل مطبوع أو مادة ، كالمؤلف والعنوان والناشر ومكانه وسنته وعدد الصفحات ورقم التصنيف وغير ذلك من البيانات المطلوبة عن المطبوعات والمواد التي تشتمل عليها قائمتي المؤلفات.

أما **الكشافات (Indexes)** فهي عبارة عن مطبوعات مرجعية تهتم بمقالات ومواد المجلات العلمية العامة منها والمتخصصة، وكذلك مقالات الصحف وعن كتابها وموضوعاته. وتسهل مثل هذه الكشافات عادة مهمة وصول الباحثين والقراء إلى المقالات والدراسات والأخبار الكثيرة بصورة سهلة وسريعة، بدلا من التفتيش الاعتيادي بين الأعداد والمجلدات المختلفة.

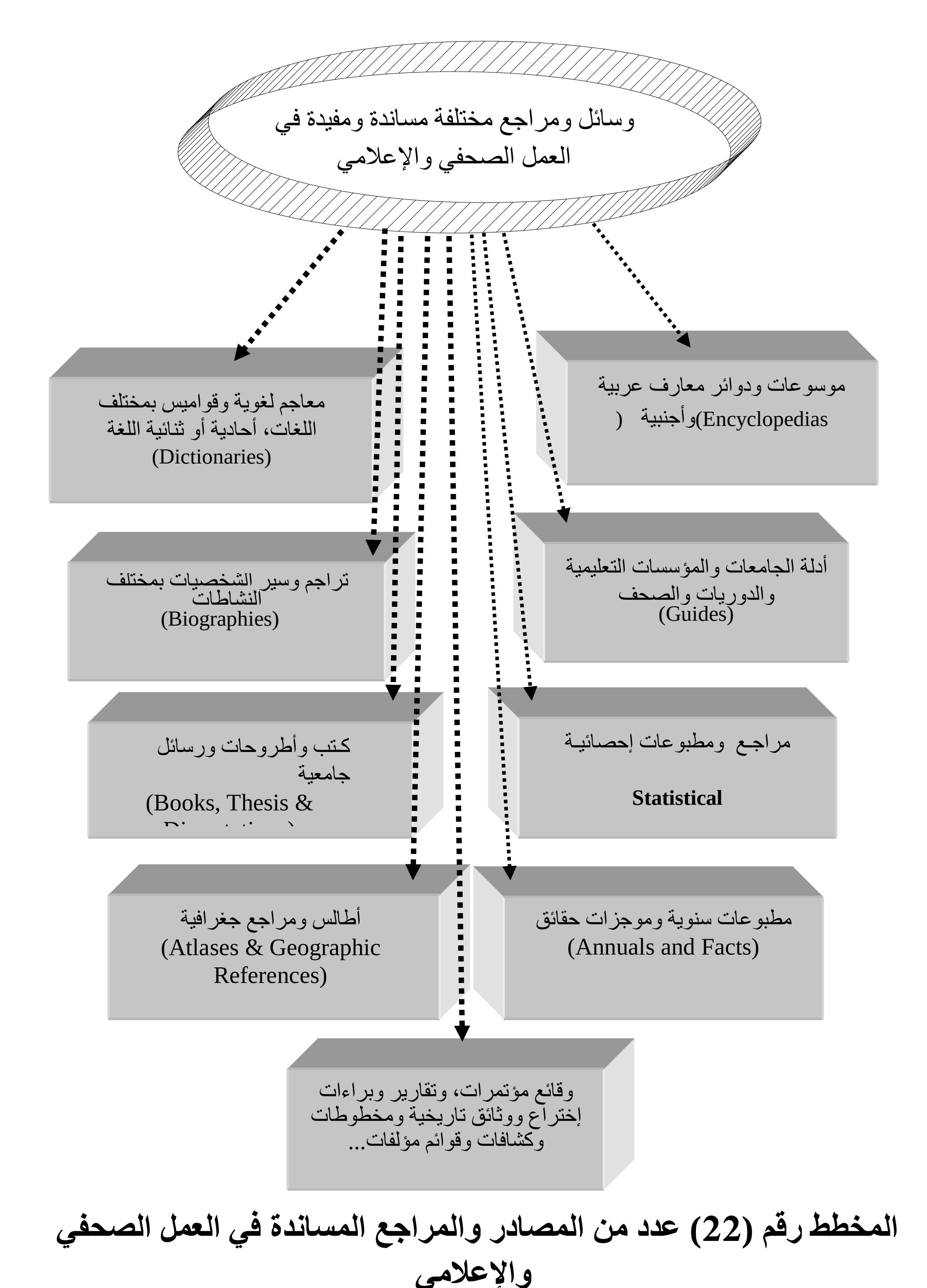
أ. كشافات الصحف. على الرغم من ان محاولات الإصدار كشافات للصحف العربية كانت ولا تزال مرتبكة، وغير وافية لحاجات القراء والباحثين، إلا إننا لابد وان نشير إلى بعض من المحاولات في إصدار مثل تلك الكشافات التي تبوب وتصنف المقالات والدراسات والأخبار وتسهيل متابعتها والرجوع إليها بأقل جهد واقصر فترة زمنية ممكنة.

ب. كشافات المجلات. هنالك عدد من الكشافات التي تصدر عن مؤسسات اعلامية وتوثيقية تعكس المقالات والدراسات في مجلة محددة، أو في مجموعة من المجلات.

إضافة إلى كل هذه المصادر، فقد تكون هنالك تقارير سنوية أو دورية (فصلية، سنوية، كل خمسة سنوات ...الخ) وخاصة السنوية منها على معلومات مهمة تعكس أرقاما وحقائق لنشاطات المؤسسات الخدمية والإنتاجية المختلفة، ولفترة زمنية محددة، تكون السنة السابقة لاعداد التقرير عادة. وتعبر مثل هذه مصادر معلومات اولية، واكثر دقة إلا أنها صادرة عن الجهات المعنية بالموضوع.

كذلك فإن البعض يعتبر المطبوعات الرسمية أو الحكومية (Official Publications) من مصادر المعلومات الأولية المهمة، وكذلك ما يطلق علية اسم النشرات أو وريقات المعلومات (Information Leaflets) وأية مصادر أخرى مثل المخططات، والقصاصات الصحفية والوثائق الورقية الأخرى.

ويعكس المخطط رقم (22) التالي تصوراً موجزاً لعدد من الوسائل والمراجع المساندة للعمل الصحفي والإعلامي.



المخطط رقم (22) عدد من المصادر والمراجع المساندة في العمل الصحفي والإعلامي

المصادر المستخدمة في الفصل

(1) بال، فرتسيس وحيرار إيميري. وسائل الإعلام الجديدة. ترجمة فريد أنطونيوس. وسائط الإعلام الجديدة. بيروت، عويدات للنشر والطباعة، 2001.

(2) البدوي، محمد علي (2006). دراسات سوسيو إعلامية. بيروت، دار النهضة العربية.

(3) عبد الرحمن، عبد الجبار. (1990). المدخل إلى المراجع العامة. البصرة، جامعة البصرة.

(4) عواد، منير. أنواع الصحف وخصائصها كوسيلة اتصال. تاريخ الدخول إلى الموقع 24؟6؟2011. متاح في:

http://itfctk.ahlamontada.net/t136-topic

(5) قنديلجي، عامر إبراهيم.(2008) البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية. عمان، دار اليازوري.

(6) قنديلجي، عامر إبراهيم. (2011). مصادر المعلومات الإعلامية. عمان، دار المسيرة.

(7) قنديلجي، عامر وربحي غليان وإيمان السامرائي. (2009). مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية. عمان، دار اليازوري.

(8) Walford، Albert John. (1994). Guide to reference materials. 6th ed. London، the Library Association.

(9) Katz، William (1997)> Guide to reference work. 7th ed. New York، MaGraw Hill. Vil. 1-2

الفصل السادس

مصادر المعلومات الإعلامية المسموعة والمرئية

أولاً: مصادر معلومات إعلامية مسموعة/ السمعية (AudioSources)

- **الإذاعة أو المذياع/ الراديو (Radio) / - خصائص وسمات الاذاعة**
- **التسجيلات الصوتية Recordings**

ثانياً: مصادر معلومات إعلامية مرئية (Visual Sources)

- **الصور والرسومات/ اليافطات أو اللافتات/ الملصقات/ د.البوسترات Posters**
- **/المطويات Folders / هـ . الشرائح أو السلايدات /Slides) / و. الخرائط. (Maps) . المصادر المرئية الأخرى**

ثالثاً : مصادر معلومات إعلامية مسموعة ومرئية (Audio–Visual Sources)

- **الأفلام المتحركة (Motion Pictures)**

رابعاً : مصادر إعلامية مصغرة /مايكروفلم ومايكروفيش (مايكروفورم / Microforms)

- **المصادر المستخدمة في الفصل**

أولاً: المصادر الإعلامية المسموعة/ السمعية

(Audio Sources)

المصادر الإعلامية المسموعة والمرئية، أو تسمى بالمواد السمعية والبصرية (Audio–Visual Materials) أو (AV Materials)، هي عبارة عن مصادر إعلامية تدرك، وكما هو واضح، إما بواسطة حاسة السمع، كالتسجيلات الصوتية، أو بحاسة البصر كالصور والخرائط، أو بكلتا الحاستين السمعية والبصرية، كالأفلام السينمائية وبرامج التلفزيون. وهي مواد ومصادر إعلامية استخدمناها، وما زلنا نستخدمها، في مسرة حياتنا الثقافية والإعلامية والترفيهية.

1. الإذاعة أو المذياع/ الراديو (Radio)

وتعني واسع أو Broad ، تتألف من كلمتين هما-Broadcastingلإذاعة والتي يقابلها بالإنكليزية: وتعني النشر أو التوزيع. وعلى هذا الأساس فإنها تعني النشر والتوزيع الواسع Castingفسيح.، و والفسيح. والإذاعة هي أحد وسائل الاتصال الجماهيرية التي تعمل على توصيل الرسالة الإعلامية إلى أعداد غفيرة من المستقبلين، وفي وقت واحد، ومن دون أسلاك للبث. فهي إذن وسيلة لاسلكية.

ومن الجدير بالتذكير أن اختراع المذباع أو الراديو كان عبر سلسلة من المخترعات الأخرى التي شهدها المجتمع الإنساني منذ منتصف القرن التاسع عشر. من حيث أنه كان عصر الثورة الصناعية يزخر بعدد من الإختراعات، مثل اكتشاف الكهرباء والقوة الكهربائية، التي كانت تمثل خطوة مهمة في طريق اختراع المذباع أو الراديو. حيث كانت فكرة الاتصال ونشر وتبادل الأخبار والمعلومات عبر المسافات البعيدة تعنمد على نظرية القدرة المغناطيسية للكهرباء، والتي أساسها يعتمد على إمكانية تحويل الصوت إلى موجات كهرومغناطيسية يكون بالإمكان بثها وإذاعتها عبر أسلاك، من إحدى النقاط، ومن ثم استقبالها و تحويلها مرة أخرى إلى صوت عبر نقطة أخرى.

من جانب آخر فقد ساعد إكتشاف واخترع التلغراف السلكي، من قبل الأمريكي صمويل مورس على وضع شفرة خاصة، للربط من خلالها بين الأصوات و بين الحروف الهجائية. حيث تم استخدمه في بث و استقبال رسائل صوتية لمسافة عشرة أميال أولاً. وقد تم دعم هذا الاختراع، وتم تأمين أول خط تلغراف في العالم بين كل من مدسنتي بالتيمور، من جهة، وواشنطن العاصمة الأمريكية، من جهة أخرى، وبطول 40 ميلاً.. وهكذا كان في عام 1844 بالإمكان نقل أول رسالة تلغرافية، إشتملت في حينها على أربع كلمات هي: " What hath GOD wrought? ". أي ما ترجمته "ما أبدع صنع الله". وهكذا أصبح بالإمكان نقل المعلومات الصوتية والأخبار من مكان إلى آخر يتم بسرعة كبيرة تعادل سرعة الضوء. وقد أصبح التلغراف الكهربائي مقبولاً ومألوفاً كوسيلة اتصال في مجالات عدة، منها المجالات الحربية والبحرية، ونقل الأخبار الصحفية، واستخدامه في الصحف كوسيلة نقل الأحداث والأخبار. وهكذا وفي عام 1866 تم نقل أول رسالة تلغرافية متباعدة، بين كل من قارة أوربا، من جهة، والولايات المتحدة عبر الكابل التلغرافي الذي تم مده تحت مياه المحيط الأطلنطي.

ولابد من الإشارة إلى أن التلغراف السلكي هذا لم يتحول إلى وسيلة اتصال جماهيرية شائعة نظراً لصعوبة اقتناء الأفراد لجهاز التلغراف نفسه في منازلهم، بسبب تكاليفه المالية، فضلاً عن ضرورة تعلم نهارة استخدام لغة مورس، في الإرسال والإستقبال. ومن هنا ظهرت الحاجة الماسة إلى التفكير بطريقة أفضل وأقل تكلفة في تناقل النعلومات، التخلص من الأسلاك المستخدمة في نقل الرسائل التلغرافية. وهكذا كان في عام 1888 اكتشاف العالم الألماني هنريش هرتز للموجات الكهرومغناطيسية التي تستطيع أن تنقل وتسافر في الفضاء، وبسرعة الضوء. واتلي سميت فيما بعد بالموجات الراديوية، والتي أصبحت تقاس بالهيرتز. بعد ذلك استطاع الإيطالي ماركوني من بناء جهاز خاص بإنتاج واكتشاف الموجات الراديوية هذه.

وهكذا وفي عام 1895 نجح ماركوني الإيطالي في إرسال رسائل مشفرة عبر جهازه الجديد، الذي كان يصل مداه إلي ميل واحد، حيث أصبح أول جهاز للتلغراف اللا سلكي الذي عرفه العالم. إلا أنه، ومن جانب آخر كانت الحكومة الإيطالية قد رفضت تمويل مشروع ماركوني هذا. حيث أنهم ظنو أن جهاز ماركوني هذا لا قيمة له. فما كان من ماركوني إلا أن يرحل إلى انكلترا، حيث نجح في الحصول على الدعم المالي المطلوب لتطوير جهازه. بعد ذلك، وفي عام 1901 أثمر الإختراع وتمكن ماركوني من نقل الرسائل اللاسلكية عبر المحيط الأطلنطي. وهكذا عرف جهاز ماركوني باسم الراديو، إلا أنه كان في حينها ثقيل الوز، ولا تتمكن من حمله ونقله إلا السفن الكبيرة. ومن ثم أنشأ ماركوني شركة خاصة به هي شركة ماركوني الأمريكية 1908 ، وقامت باحتكار استخدام التلغراف اللاسلكي في معظم أنحاء العالم المعروف آنذاك.

ومن الجدير بالبذكر أن راديو ماركوني كان قد تحول إلى وسيلة اتصال مهمة للغاية في المجلات العسكرية و التجارية فقط. وتم استخدمه في السفن و القواعد البحرية، ولكنه لم يتحول إلى وسيلة إتصال جماهيرية، حتى قيام الحرب العالمية الأولى 1914 .

وهكذا كانت الخطوة التالية لراديو ماركوني هي التوسع والخروج من دائرة نقل الرسائل المشفرة برموز مورس إلى نقل صوت الإنسان عبر المسافات الطويلة. فقد تمكن أحد هواة الراديو الأمريكيين و يدعى رينالد فيسندن في عشية احتفالات رأس السنة في عام 1906 من إدخال الصوت البشري في الإشارة المرسلة بالتلغراف اللاسلكي، و سمعه بعض البحارة في المحيط الأطلنطي في أول صوت بشري يأتيهم من الفضاء عبر الراديو.

وفي هذا السياق وفي العام نفسه في (1906) تمكن مخترع أمريكي يدعى (لي دي فورست) من اختراع جهازا أوديون راديو (Audio) زوده بمكبر للصوت ليقوم بتكبير الصوت القادم من جهة أخرى عبر الفضاء، واستقبال الإشارات المشفرة وكذلك اللفظية. وهكذا أصبح بالإمكان نقل الصوت البشري إلى كافة أنحاء العالم، وأصبحت أجهزة الإرسال والاستقبال صغيرة الحجم و خفيفة الوزن ويمكن حملها وتقلها بسهولة.

وعلى أساس ما تقدم فإنه لتحول الراديو من وسيلة اتصال إلى وسيلة اتصال جماهيرية يتطلب عدداً من التحولات التكنولوجية التي من أهمها:

تطوير معدات وأجهزة إرسال سهلة الاستخدام و قادرة على نقل البرامج و الموسيقى إلى جمهور الناس في منازلهم.

صناعة وإنتاج أجهزة استقبال مناسبة وصغيرة من حيث الحجم ، ومناسبة من حيث الثمن، بحيث تكون في متناول غالبية جمهور الناس.

لقد أصبح من الضروري، وعلى أساس ما تقدم قيام محطات إذاعية تبث برامج منتظمة يتمكن الناس من الاستماع إليها، ويرغبون في برامجها.

تأمين طريقة تجعل الإرسال الإذاعي واضحاً، وتمنع التشويش والتداخل بين المحطات الإذاعية المختلفة، أي تنظيم استخدام الموجات الهوائية، بالاتفاق بين المحطات الإذاعية من جهة،، ومن خلال التنظيم الحكومي، من جهة ثانية.

تأمين التمويل اللازم، والتحري عن طرق مناسبة لتمويل المحطات الإذاعية، بحيث تستطيع الإنفاق على برامجها و تغطي تكاليفها و تحقق أرباحاً.

وهكذا، وخلال سنوات قليلة، تم التغلب على هذه العوائق و تحول الراديو إلى وسيلة اتصال جماهيرية مهمة.وكان العصر الذهبي للراديو في الفترة بين 1930- 1948.، حيث زادت الأهمية بعد انتشاره في دول العالم.، ولعب دورا مهما في الاضطرابات و خاصة الحرب العالمية الثانية حيث كان خلالها وسيلة الإعلام المسموعة الوحيدة في العالم.

خصائص وسمات الاذاعة:

ونستطيع تحديد أهم صفات وخصائص الإذاعة بالآتي :

1. بإمكان الإذاعة .قادرة على الانتشار وقادرة على التغلب على كل العقبات التي تحول بين انتشارها من عوائق سياسية او جغرافية او ثقافية او اقتصادية . وقد زاد انتشارها اكتشاف الموجات القصيرة.

2. تتخطى الإذاعة مشكلتي الامية والفقر عند بعض شرائح المجتمع . فالإذاعة ليست بحتاجة لشخص أو أشخاص مستمعين يشترط فيهم أن بكونوا متعلمين.

3. الاذاعة بالذات تشعر الجمهور بما يعرف بالذاتية لذلك فقد تغير نمط الاستماع من النمط الجماعي الى النمط الفردي مع تطور اجهزة الاستقبال

4. بإمكان الإذاعة اثارة خيال المستمع ين بما تقدمه من برامج ذكية ومدروسة.

5. تتمتع بخاصية السرعة في تناقل المعلومات، حيث أنه لبا يلزم لإذاعة خبر في الاذاعة سوى معرفة مضمونه ومحاله.

6. سهولة الحصول على اجهزة الاستقبال وسهولة التشغيل.والسيطرة، كما وان سعر مثل تلك الأجهزة اجهزة بسيط جدا بالمقارنة بباقي وسائل الاعلام.

7. مناسبة لكافة الضروف الأقليمية والعالمية السياسية وغير السياسية. فالإذاعة تتمتع بخاصية الامكانية في إستثنارها واستخدامها لكافة الظروف والمجالات، السياسية منها والإقتصادية والإجتماعية، المحلية منها والإقليمية والعالمية.

8. تنوع برامج الراديو تنوعا برامجياً كبيراً. حيث أنها تتناول قضايا كثيرة ومتنوعة بالتحقيق والبث، كذلك فإنها تتناول قضايا المجتمع المختلفة.

9. بالإمكان استخدام المذياع كأداة للإقناع خاصة في الحملات والإعلانات السياسية، لمرشحي الإنتخابات وما شابه ذلك من نشاطات سياسية..

10. بالإمكان استخدامه كوسيلة للإعلان عن السلع و المنتجات، مثلها مثل أي وسائل لإعلام أخرى معاصرة.

ويعكس المخطط التالي رقم (23) تصوراً موجزاً لأهم تلك الصفات التي تتنتع بها الإذاعات.

مخطط رقم (23) أهم صفات وخصائص الإذاعة

من جانب آخر ، وإضافة وتأكيداً لصفات وخصائص الإذاعة، فإنه لابد من الإهتمام بالإذاعة، لأنها غالباً ما تثير عدد من القضايا التي يدور حولها الحوار الاجتماعي عادة، ومنها ما يأتي:

أ. تعمل الإذاعة على ترسيخ قيم وقوانين وقواعد المجتمع ، بل وأكثر من ذلك فالإذاعة تعمل على زرع وتأكيد مثل تلك القيم والقوانين والقواعد في ذلك المجتمع المعني بتلك الإذاعة.

ب. تحاول الإذاعة الوطنية والمحلية وتسعى وتجهد بإتجاه تأمين النهوض بالمستوى الثقافي للمجتمع، بشرائحه المختلفة.

ج. ومن خلال برامجها المدروسة فإنه تعمل الإذاعة على نقل تراث وخبرات الاجيال والمجتمع للاجيال المتتالية.

د. تعمل الإذاعات الوطنية عادة على مقاومة التيارات المنحرفة، التي تظهر في المجتمع، وتقوم بالتصدي لها، وتحد من انتشارها.

هـ. بالإمكان إستغلال واستخدام الإذاعة في في مجال الانقاذ او في حالة الطورئ.

ز، من الممكن ان تنمي الإذاعة روح النقد والمعارضة والديموقراطية لدى الجمهور إذا ما اعطيت هامش كافي من الاهتمام والدعم والحرية. ويحدث ذلك اذا ما قامت بدورها الحقيقي، من جانب، وتهيأ لها المناخ الملائم لها، من جانب آخر.

2. التسجيلات الصوتية Recordings

التسجيلات الصوتية هي الأخرى تعتبر مصدر معلومات مهم، ومادة سمعية، وثائقية وترويحية أساسية. وعادة ما يرجع إليها العديد من الإعلاميين والكتاب في استقاء المعلومات منها ، وخاصة تلك المتعلقة بالأحداث ومتابعة الأخبار الخاصة، وجانب من السير الذاتية للأشخاص. كذلك فإنها يمكن أن تستخدم في مجالات الترفيه والإحتفال في المناسبات الإجتماعية. وما شابه ذلك من المعلومات .

أما أنواع التسجيلات الصوتية، وخاصة من حيث مضامينها وموضوعاتها، فيمكننا تقسيمها كالآتي:

1. الأشرطة الصوتية الفنية وتشتمل على الأغاني والمسرحيات والتمثيليات والمسلسلات.

2. الأشرطة الصوتية التعليمية ،ومنها تعلم اللغات ومتابعة المناهج التعليمية.

3. الأشرطة الخاصة بالمكفوفين بصرياً.

4. هنالك الأشرطة الصوتية للأغراض الصحفية والإعلامية كالمقابلات واللقاءات الصحفية والإعلامية.

5. الأشرطة الصوتية الدينية، وخاصة تسجيلات القران الكريم والأحاديث النبوية الشريفة.

6. الأشرطة الصوتية للأحداث والمناسبات والاحتفالات العامة الوطنية والجماهيرية، والتي تشتمل على أناشيد وطنية وخطب حماسية.

7. الأشرطة الصوتية الخاصة بمجريات المؤتمرات والندوات والحلقات الدراسية على اختلاف أنواعها.

8. الخطب والأحاديث والكلمات الخاصة برؤساء الدول، والشخصيات السياسية البارزة.

9. الأشرطة الصوتية الوثائقيـة، ومن اشهرها ما يعرف بالتـاريخ الشفهي (Oral History) وهو تسجيل للحكايات والمآثر والحقائق التاريخية بأصوات شخصيات معاصرة لأحداث أو مساهمة في أحداث ذات أهمية تاريخية للبلد ولكنها غير مدونة في أوعية ورقية، وهذا النوع من الأشرطة الصوتية يعتمد في أحيان كثيرة كمصادر أولية لها فائدة كبيرة ومكانة علمية لا يستهان بها عند بعض رواد المكتبات ومراكز المعلومات والباحثين فيها.

ثانياً:المصـادر الإعلامية المرئيـة

(Visual Sources)

ومن أمثلة هذا النوع من المصادر والوسائل الإعلامية الصور والرسومات الكاريكيتيرية والرسومات الأخرى الإعلامية، وكذلك الملصقات الجدارية، واليافطات، والخرائط ،والمطويات، والشرائح الفلمية، والتي سنوضحها فيما يأتي.

الصور والرسومات

فقد يحتاج الإعلامي والكاتب إلى صور فوتوغرافية لشخصية أو مجموعة شخصيات، عبر مناسبات متعددة. أو صور أخرى لمناطق ومواقع جغرافية وتاريخية وآثارية، أو أية صور أخري للأحداث والمناسبات.

وعلى هذا الأساس فإنه تأتي الصور بأنواع وأشكال مختلفة ينبغي اقتناء ما هو مطلوب منها، والتحري الدقيق عنها. وعلى هذا الأساس فإنه يمكننا أن نحدد أنواع الصور وموضوعاتها بالآتي:

أ. وصور الشخصيات بمختلف أهميتها ومراكزها الاجتماعية ،

ب. والصور التاريخية،

ج. وصور الأزياء والتراث (الفلكلورية) ،

د. وصور المواقع الجغرافية والمدن،

هـ. والصور السياحية،

و. الصور ذات الطابع العلمي، كصور المؤتمرات العلمية، المحلية والعالمية.

ت. الصور والرسومات واللقطات الفنيـة،

ح. وصور الحوادث والمناسبات،

ط. والصور الرياضيـة، والحربية، والفضاء الخارجي... الخ

1. اليافطات أو اللافتات :

اليافطات أو اللافتات تعتمد عادة على العبارات والجمل المعبرة والواضحة. وعادة ما تستخدم اليافطات في عمليات الإرشاد والتوجيه، كأن تشير اللافتة إلى مكان محدد تقام به مناسبة ما، ومن ذلك اللافتات التي

توضع على أبواب المدارس والجامعات والمؤسسات الأخرى في المكناسبات الوطنية. كذلك تلك اليافطات التي توضح اسماء المدرسة والمؤسسات، وعبارات قصيرة عنها.

وتتميز اليافطات عادة بسهولة نقلها من مكان إلى آخر بحسب الحاجة . ومن الاستخدامات العملية للافتة في مجال الإعلام التربوي خاصة :

أ. تستخدم للإعلانات العامة عن مناسبات تربوية

ب. يمكن أن تستخدم على هيئة لوحات مضيئة ، وعادة ما تكون من الوسائل الناجحة التي يمكن مشاهدتها من على مسافات بعيدة .

3. الملصقات/ البوسترات Posters :

تظل الملصقة من الوسائل الإعلامية الفعالة. ومن أهم شروط نجاح الملصقة :

- وضوح الهدف وبساطة المضمون
- الاتزان : أي الانسجام بين محتويات الملصق
- التركيز على فكرة واحدة
- الاختصار في الكلمات المكتوبة والتركيز على الصورة المعبرة
- استخدام الألوان الملفتة للانتباه

وهي ضمن الصور التي تعمل على نقل الفكرة بشكل مصور ، ويكثر استخدامها لأغراض التوعية العامة ، كما أنها تستخدم في المدرسة للمساهمة في تحقيق الأهداف التربوية ، ولها استخدامات عديدة مثل : الدعايات

ومن أهم ما ينبغي مراعاته عند وضع الملصقة أن تكون سهلة الإزالة بعد انتهاء الغرض منها ، وهنا ينبغي التنبيه إلى أنه لكي يحقق الملصق أهدافه فيجب عدم عرضه لمدة طويلة مهما كانت درجة قوته ، حتى لا يفقد فاعليته وتأثره.

4. المطويات Folders:

وتتميز المطوية بسهولة حملها وتوزيعها ، إضافة إلى إمكانية طباعة كمية كبيرة منها بأرخص الأسعار وعادة ما تركز المطوية على موضوع واحد فقط ، وتتناوله شرحا وتحليلا ، وبأسلوب مبسط ومفهوم للمستهدفين

وتعد المطوية من أفضل وسائل الإعلام في المناسبات العامة ، ومفيدة أيضا للتركيز على موضوعات معينة في المنهج الدراسي .

5. الشـرائح أو السـلايـدات/Slides)

على الرغم من استخدام الشرائح والسلايدات كوسيلة تعليمية في المدارس والمعاهد والكليات المختلفة للأنواع والمستويات التدريسية إلا أن البعض منها يتضمن معلومات صحفية علمية وثقافية تفيد الإعلاميين والباحثين في مجالات عدة. لذا فإن العديد من الشخصيات ومراكز المعلومات ترى ضمها إلى مجموعتها، لتكون جزءاً من مصادر المعلومات الأخرى.

والشرائح أو السلايدات عبارة عن لقطات فلمية شفافة، ثابتة أو ملونة، تمثل عادة صوراً فوتوغرافية، محفوظة داخل إطار كارتوني أو بلاستيكي. وتأتي الشرائح بأحجام مختلفة، أهمها وأكثرها استعمالاً هو الحجم المتداول (2×2) بوصة والمستلة عن الفلم الفوتوغرافي (35) مليمتر عادة .

6. الخرائـط. (Maps)

أما الخرائط فهي مواد توضيحية تحمل العديد منها بيانات ومعلومات لا يستغني عنها الكثير من الكتاب الصحفيين والإعلاميين والباحثين الآخرين في كتابة أخبارهم ومقالاتهم ، سواء استفادوا منها بشكل مباشر بان يرفقونها مع صفحات مقالاتهم أو أن يشيرون إليها، أو بشكل غير مباشر بأن يستفيدوا ويستقوا بيانات ومعلومات محدودة منها في تقاريرهم وكتاباتهم.

وهنالك أنواع متعددة من الخرائط، وكل نوع منها يفيد في مجال معين وهي كالآتي:

1. الخرائط السياسية والإدارية. ويبين هذا النوع من الخرائط التقسيم السياسي والإداري للدول وأماكن العواصم والمدن المهمة.

2. الخرائط الطبيعية: ويبين هذا النوع مختلف أنواع التضاريس الجغرافية من جبال وبحيرات وصحارى وغيرها.

3. الخرائط الاقتصادية : ويبين هذا النوع من الخرائط الثروات الطبيعية والحيوانية والنباتية لبلد معين أو مجموعة دول العالم .

4. الخرائط التاريخية للحظارات: ويوضح هذا النوع من الخرائط معلومات تاريخية لبلد أو عدة بلدان أو لحضارة معينة لفترة معينة من التاريخ.

5. الخرائط المناخية والأحوال الجوية: ويوضح هذا النوع من الخرائط اتجاه الرياح والتيارات المختلفة ودرجات الحرارة وكافة المعلومات عن الأحوال الجوية في بلد ، أو منطقة معينة من البلد ، أو في عدة بلدان، أو في العالم.

6. الخرائط العسكرية أو الحربية: وتبرز هذه الخرائط المواقع العسكرية والخطط الحربية ومواقع الدفاع والهجوم وخطط المعارك واتجاهها وطريقة سيرها.

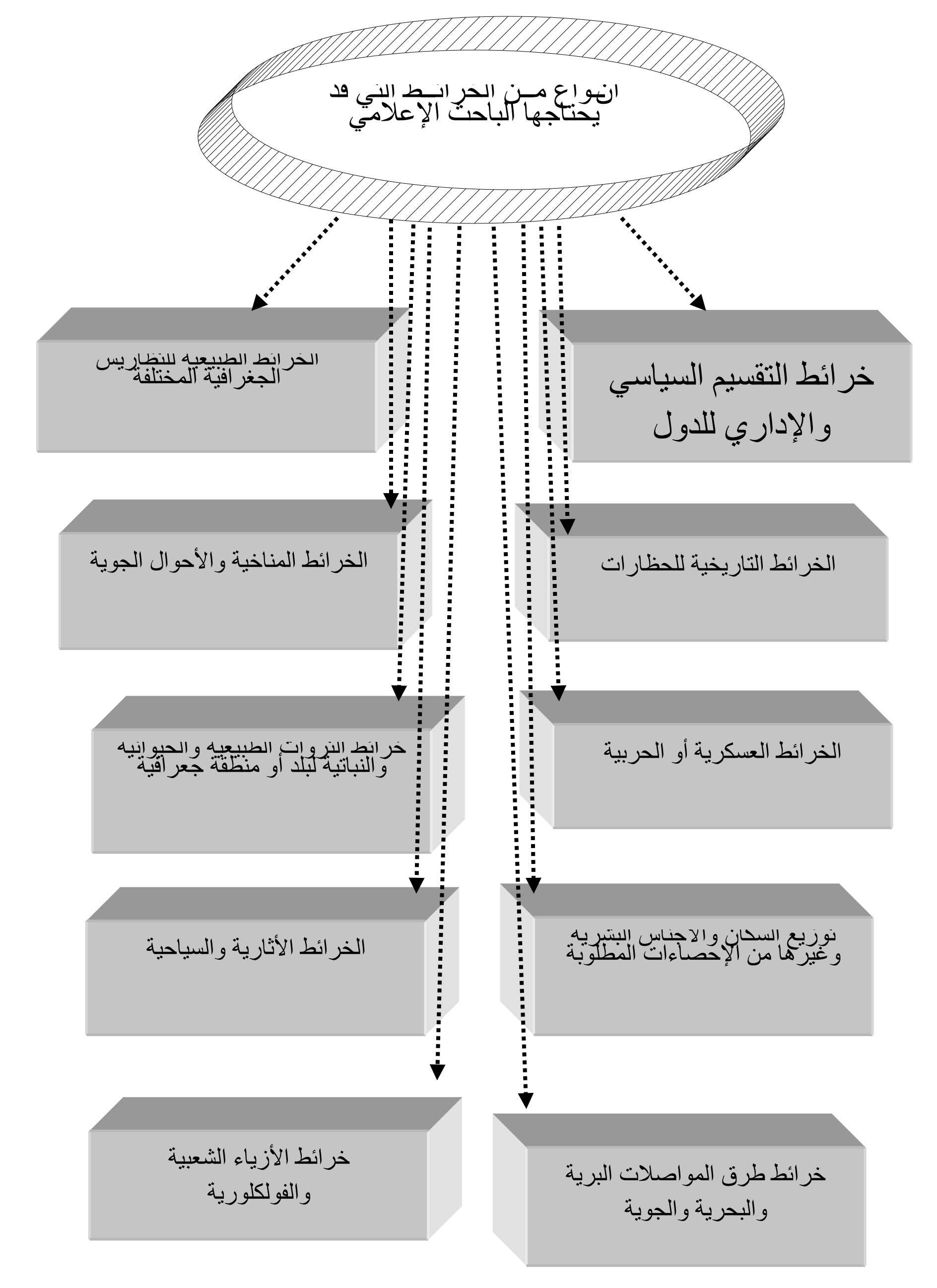
7. الخرائط الأثارية والسياحية: وهذه توضح المواقع الأثرية لبلد من البلدان أو لمجموعة دول. أما الخرائط السياحية فهي التي تبين المناطق السياحية في بلد معين واشهر المطاعم والفنادق وطرق الوصول إليها.

8. خرائط طرق المواصلات : وتكون موضحة عليها طرق المواصلات البرية والبحرية والجوية في بلد معين أو بين بلدين او اكثر.

9. الخرائط الإحصائية: وتكون في مختلف المواضيع حيث تبين مثلا توزيع السكان وتوزيع الأجناس البشرية وغيرها من المواضيع والإحصاءات المطلوبة.

10. خرائط الأزياء الشعبية والفولكلورية : وتكون موضحة عليها صور الأزياء الشعبية والفلكلورية للمناطق المختلفة في القطر الواحد أو عدة أقطار ودول أو في كل دول العالم.

ويعكس المخطط رقم () التالي تصوراً موجزاً للأنواع المختلفة من الخرائط التي قد يحتاجها الكاتب الصحفي.



المخطط رقم (24) أنواع من الخرائط التي قد يحتاجها الباحث الإعلامي

7.المصادر المرئية الأخرى

وهنالك عدد آخر من المصادر المرئية، التي يمكننا القول أنها أقل استخداماً من مثيلاتها الثلاثة التي ذكرناها، ولكن ذلك لا يعني إغفالها وتجاهلها.

فهنالك **الشفافيات (Transparencies)** تستخدم عادة أجهزة خاصة لقراءة الشفافيات، بأحجام مختلف٬، تعكس الكتابة منها ضوئياً على شاشة أو حائط مناسب. وتستخدم عادة كمصادر معلومات ووسائل إيضاح أثناء إلقاء المحاضرات، وفي المؤتمرات واللقاءات العلمية. وربما تكون الشفافيات من وسائل الإيضاح الشخصية والفردية، أكثر من كونها وسيلة أو مصدر معلومات يحفظ في المكتبات ومراكز المعلومات.

وهنالك أيضاً **الأفلام الصامتة**، التي تقلص استخدامها كثيراً مقارنة بالتسجيلات والأقراص الحديثة التي توفي بنفس أغراضها، وبطريقة أفضل وأنسب، لكل من المكتبات والمشاهدين على حد سواء.

أما بالنسبة إلى **المجسمات والكرات الأرضية** فهي بلا شك من مصادر المعلومات المهمة التي ينبغي أن تعطي المكتبات ومراكز المعلومات اهتماماً خاصاً لها، لأنها في كثير من الحالات

ثالثاً: الوسائل والمصادر الإعلامية المسموعة والمرئية

(Audio-Visual Sources)

1. الأفلام المتحركة (Motion Pictures)

وهي عبارة عن سلسلة متتابعة من الصور المرئية المتحركة على شريط أو فلم شفاف. وتستخدم كمصادر للمعلومات في عرض الأفكار والموضوعات بوسائل عدة. فإلى جانب الصورة هنالك المؤثرات الصوتية والموسيقية والألوان والعوامل التشويقية الأخرى، التي لا تستطيع مصادر المعلومات المطبوعة تأمينها للمستفيدين. فهي إذن تمتاز على مصادر المعلومات التقليدية أو المطبوعة بثلاثة عوامل إضافية هي الصوت، والحركة، والصورة.

ولا تقتصر الأفلام في أنواعها على الترفيه والإعلام والتعليم وما شابهها من الأمور الحياتية الأساسية، إلا أنها قد تكون مصادر وثقافية لمعلومات يحتاجها إليها رواد المكتبات ومراكز الأرشيف والمعلومات والصحفيين والإعلاميين. فهنالك عدد من الأفلام التي تحمل معلومات وثائقية في كافة النشاطات والموضوعات البشرية، وكذلك الأفلام الوثائقية التي تشتمل على معلومات وأخبار تاريخية أو معاصرة تهم العديد من القراء والباحثين والإعلاميين.

وكما هو معروف هنالك مقاييس وأحجام مختلفة للأفلام المتحركة، سواء كانت وثائقية أو من الأنواع الأخرى، وهي:

أ - **أفلام (35) مليمتر**: وهذه خاصة بتصوير الأفلام الروائية والسينمائية الطويلة والتي تعرض في صالات العرض السينمائي أو التلفزيوني ويشاهدها مجموعة كبيرة من المتفرجين، ولها أجهزة معقدة نوعا ما وتحتاج إلى فنيين لتشغيلها وعرضها.

ب - **أفلام (16) مليمتر**: وتعرف بالأفلام التعليمية والتثقيفية أو الوثائقية أو العلمية ويشاهدها مجموعة محدودة نوعا ما من المتفرجين وهذا النوع من الأفلام من اكثر أنواع الأفلام المتحركة انتشارا واستخداما في المؤسسات التعليمية كالمدارس في مختلف مراحلها والمعاهد والجامعات والمكتبات ومراكز الآرشيف والمعلومات بأنواعها المختلفة.

جـ. أفلام (8) مليمتر: وهي أفلام المناسبات العائلية والوطنية والشخصية عادة، وتعرض على مجموعة صغيرة من المشاهدين. وتمتاز أجهزة عرض هذا النوع من الأفلام بسهولة استعمالها وعدم الحاجة إلى خبراء أو فنيين متخصصين لتشغيلها.

وهنالك أفلام السوبر (8) مليمتر، وكذلك أفلام (كارتردج) المحفوظة داخل علب بلاستيكية التي تضيف ميزات أخرى على الأفلام الإعتيادية، كالمحافظة عليها لأطول فترة ممكنة، وسهولة استخدامها. وإن التطورات الحديثة بإتجاه تقديم أنواع متطور من الأفلام مستمرة، بحيث يمكن استخدام جهاز التلفاز وكذلك الحاسوب في عرضها.

ومن الجدير بالذكر أن هنالك أنواع مختلفة من الأفلام التي تحتاج إليها الباحثين في المكتبات ومراكز البحوث والمعلومات كمصادر مفيدة للمعلومات، مكملة إلى دور مصادر المعلومات المطبوعة والتقليدية. ومن أهم هذه الأنواع ما يأتي:

1. الأفلام الوثائقية
2. الأفلام التعليمية
3. الأفلام الثقافية
4. الأفلام العلمية
5. الترفيهية وأفلام الصور المتحركة (الكارتون)

ويوضح المخطط رقم (25) التالي تصوراً للأنواع المختلفة من مصادر المعلومات الإعلامية المسموعة والمرئية.

مخطط رقم (25) أنواع من مصادر المعلومات الإعلامية المسموعة، والمرئية، والسمعمرئية

رابعاً: الوسائل والمصادر الإعلامية المصغرة

(المايكروفلم والمايكروفيش)

(Microfilm and Microfiche)

تمثل المصغرات أو ما تسمى عموماً المايكروفرم Microforms مصادر لمعلومات وثائقية تكون مهمة عادة، وللعديد من مراكز المعلومات والوثائق الأرشيفية في العديد من دول العالم، ومنهاالأقطار العربية المختلفة. وعلى الرغم من قدم هذا النوع من تقنيات المعلومات، إن صح تسميتها بذلك، إلا أنه لا تزال العديد من المكتبات ومراكز المعلومات تحتفظ بها وتستخدمها. ومن الجدير بالذكر أن الطرق الحديثة في المسح الإلكتروني (Scanning) واستخدام الأقراص المكتنزة (CD–ROM) والتي سنأتي على ذكرها في فصل قادم من هذا الكتاب، قد حلت إلى حد كبير محل المصغرات في عدد من مراكز المعلومات والأرشيفات ومراكز البحوث والوثائق العربية والعالمية.

وقد سميت مثل هذه المواد بالمصغرات لأنها تحول - بالتصوير المصغر- مصادر المعلومات والمطبوعات الورقية والتقليدية من أحجامها الاعتيادية إلى الأحجام الصغيرة جداً يصعب قراءتها بالعين المجردة، وبعد ذلك يتم استرجاع المعلومات الموجودة فيها وتكبيرها وبثها بحجمها الاعتيادي أو اكبر على شاشة في جهاز لقراءة مثل تلك المصغرات، يسمى جهاز قراءة المصغرات (Reader) أو استنساخها واسترجاعها بشكل ورقي، إذ تطلب الأمر ذلك، وعن طريق جهاز يسمى القارئ الطابع (– Reader Printer) وتستخدم المصغرات في المكتبات ومراكز الأبحاث والمعلومات لحفظ وتخزين كميات هائلة من المعلومات المطبوعة وتحويلها إلى الشكل المصغر بهدف الاقتصاد في أماكن الحفظ، وسهولة تداولها وإرسالها من مكان إلى آخر وإمكانية استنساخ أعداد كافية من المعلومات التي تمثلها، وغير ذلك من المميزات التي تعكسها.

وعموماً فإن هنالك نوعان رئيسيان من مصادر المعلومات المصغرة المستخدمة في المكتبات ومراكز المعلومات والأرشيف، هما:

أ - **المصغرات الفلمية (المايكروفيلم /Microfilm)** والتي هي بشكل بكرات ملفوفة بحجم أو عرض (30) مليمتر أو (16) مليمتر، وتستخدم لحفظ وتصوير مجلدات الأعداد القديمة من الصحف، وكذلك المخطوطات والكتب النادرة وما شابه ذلك من الأصول الورقية.

ب ـ المصغرات البطاقية (المايكروفيش Microfiche) والتي هي بشكل بطاقي مسطح ، وبحجم 105 × 148 مليمتر (4 × 6 بوصة) وتستخدم لتصوير مقالات وأعداد المجلات العلمية والإعلامية السابقة بالدرجة الأولى.

كذلك فانه من الممكن استخدام أي من النوعين المبينين أعلاه لتصوير المخطوطات والكتب النادرة والوثائق التاريخية، كل حسب طبيعته وحجمه وسهولة استرجاعه بما يتوفر من أجهزة للقراءة والاسترجاع في المكتبات ومراكز البحوث والمعلومات

المصادر المعتمدة في الفصل

(1) أبو الخبر، السيد مصطفى أحمد. (2008). ستراتيجيات فرض العولمة الآلية ووسائل الحماية. القاهرة، إيتراك للطباعة والنشر.

(2) بال، فرتسيس وحيرار إيميري (2001). وسائل الإعلام الجديدة. ترجمة فريد أنطونيوس. وسائط الإعلام الجديدة. بيروت، عويدات للنشر والطباعة.

(3) البدوي، محمد علي (2006). دراسات سوسيو إعلامية. بيروت، دار النهضة العربية.

(4) الخفاجي، محمد حسن كاظم وعامر إبراهيم قنديلجي.(1992). التوثيق. الموصل، جامعة الموصل.

(5) رجب، مصطفى. (2008). الإعلام والمعلومات في الوطن العربي في ظل إرهاب العولمة. عمان، مؤسسة الوراق،

(6) قنديلجي، عامر إبراهيم. (2002). تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها. عمان، مؤسسة الوراق.

(7) قنديلجي، عامر إبراهيم. (2010). المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والإنترنت. عمان، دار المسيرة.

(8) قنديلجي، عامر إبراهيم وربحي مصطفى عليان إيمان فاضل السامرائي. (2009). مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية. عمان، دار اليازوري.

(9) قنديلجي، عامر إبراهيم وعلاء الدين عبد القادر الجنابي. (2009). نظم المعلومات الإدارية. الطبعة الخامسة، عمان دار المسيرة.

الفصـــل السابع

مصادر المعلومات الإعلامية الإلكترونية

أولاً: مبررات التحول نحو مصادر المعلومات الإعلامية الإلكترونية
ثانياً: أنواع مصادر المعلومات الإعلامية الإلكترونية
ثالثاً: مراحل التحولات التكنولوجية لمصادر المعلومات الإعلامية
رابعاً: الصحف الإلكترونية وميزاتها على الصحف التقليدية
خامساً: اتجاهات مصادر المعلومات الإعلامية الإلكترونية
خامساً: الصحف والمجلات (الدوريات) الإلكترونية وتحدياتها
سادساً: مشاكل التعامل مع الدوريات الإلكترونية
سابعاً: مصادر معلومات مساندة أخرى
المصادر المعتمدة في الفصل

أولاً:مبررات التحول من مصادر المعلومات الإعلامية الورقية إلى المصادر الإلكترونية

لابد لنا من التأكيد أولاً بأنه أصبح لزاماً على الباحثين عن مصادر المعلومات الإعلامي، وكذلك مؤسسات المعلومات المعنية بجمع وتهيئة المعلومات الإعلامية المناسبة والشاملة والسريعة، أن تلجأ إلى الوسائل والطرق الحديثة لتحقيق مثل هذا الغرض. وبعبارات أوضح لابد لها من استثمار إمكانات الحواسيب والتكنولوجيات المصاحبة اللازمة. وعلى هذا الأساس لابد من اللجوء إلى المصادر الإلكترونية، ومصادر المعلومات المحوسبة المطلوبة. ومن هذا المنطلق فإن هنالك أسباب عدة تدفع الإعلامي، ومراكز المعلومات الإعلامية، إلى اللجوء لمصادر المعلومات الإلكترونية، ومن هذه الأسباب ما يأتي:

1- **تأمين السيطرة Control على الكم الهائل والمتدفق من المعلومات.** حيث أنه من المعروف النظم الحاسوبية والوسائل الإلكترونية المعاصرة تستطيع أن تؤمن التحكم والسيطرة على الكم الهائل والمتزايد باستمرار، من مختلف أنواع المعلومات، ومنها المعلومات الإعلامية، وتأمين تخزينها ومعالجتها بشكل يسهل استرجاعها والاستفادة منها.

2- **تأمين التحاور والتفاعل Interactivity ، أي تناقل وتبادل الأفكار والمعلومات.** حيث يؤثر المشاركون في عملية النشر الإلكتروني على أدوار الآخرين وأفكارهم، ويتبادلون المعلومات معهم. وهو ما يطلق عليه بالتفاعلية، أي تبادل الحوار من خلال الممارسة الاتصالية والمعلوماتية المتبادلة والتفاعل معها. فمن خلال وسائط ومنصات النشر الإلكتروني يستطيع الباحث والقارئ الإعلامي من ممارسة نوع جديد من التواصل، عبر منتديات الاتصال والحوار الثقافي والإعلامي المتفاعل عن بعد، مما يجعل الباحث المتلقي متفاعلاً مع وسائل الاتصال تفاعلا إيجابياً، بصرف النظر عن موقعه الجغرافي.

3- **السرعة في تحريك المعلومات وتناقلها Mobility** . والمقصود بذلك السرعة في تناقل المعلومات وتحريكها من موقع الى آخر، من دون النظر الى المكان والبعد الجغرافي، وبكل سهولة ومن دون عناء وجهد مبذولين. فإمكانية نقل المعلومات عن طريق النشر الإلكتروني، من مكان لآخر، بسرعة وبكل سهولة. ويسر. وهذه كلها من متطلبات

الباحث الإعلامي المعاصر المعاصر في سرعة الحصول على المعلومات، بغرض إنجاز أعماله البحثية، التي لم تعد تحتمل التأخير.

4- **إمكانية التحويل من وسيط الكتروني الى وسيط إلكتروني آخر Convertibility:** ونعني القدرة على نقل المعلومات الإعلامية المطلوب تناقلها عن طريق النشر الإلكتروني، ومن وسيط محدد إلى وسيط آخر. مثال ذلك التحويل من الشكل الإلكتروني عبر الإنترنت إلى الشكل الليزري على الأقراص المدمجة، أو إلى الشكل الورقي...الخ

5- البيئة العالمية Globalization على أساس أن البيئة الأساسية الجديدة للنشر الإلكتروني ووسائل الاتصال والمعلومات أصبحت ا عالمية. وبذلك يمكن نشرها إلى أية منطقة من مناطق العالم، وإلى أية شريحة وطبقة من طبقات المجتمع..

6- **لا توجد سيطرة أو مركزية وتحكم في تبادل المعلومات**. وبعبارة أخرى التخلص من مركزية وسائل الإعلام والاتصال ووسائل تناقل المعلومات، والتحول الى اللامركزية Decentralization ، إذ ستعمل الأقمار الصناعية على القضاء على المركزية في نشر المعلومات والبيانات، ولن يرتبط الناس بوسائل الإعلام من خلال المسافات الجغرافية فقط، وإنما سيرتبطون معا من خلال اهتماماتهم المشتركة.

7- **لم تعد مضامين وسائط نقل المعلومات متباعدة ومختلفة. فتحن نقرأ في الصحف الالكترونية ما هو موجود عادة في الكتب الدراسية، أو الموسوعات**. فهنالك تقارب في المضمون المتاح والمشاع بين مصادر المعلومات المختلفة، وزوال الفروق التقليدية بين مصادر ووسائل نشر المعلومات المتمثلة في الصحف والكتب والمجلات، حيث أصبح مضمون أي وسيلة منها عن طريق النشر الإلكتروني متاحاً ومشاعاً عبر جميع الوسائل الأخرى، وبأشكال وأساليب عرض وتقديم مختلفة ومتطورة.

8- **التحول نحو الواقع الإفتراضي**: واقع يزيل حواجز المكان وقيود الزمان، بغض النظر عن المسافات والتوقيتات. فقد أصبحت المصادر الإعلامية الإلكترونية، ومن خلال الإنترنت في مكان وواقع يعج بالناس والأفكار، تستطيع زيارته والتجول في جنباته. مما أتاح إيجاد ما اصطلح على تسميته بعالم الواقع الافتراضي (Cyber Space) . هذا الواقع الذي يزيل حواجز المكان والمسافة وقيود الزمان بين مستخدميه، حيث يستطيعون التواصل فيما بينهم بصورة تكاد تكون طبيعية، بغض النظر عن المسافات والتوقيتات التي تفصل بعضهم عن بعض.

9- المصادر الإلكترونية والنشر الإلكتروني هو عامل من عوامل التطوير والتحديث المعرفي. فتوفر الكم الهائل والمتنوع من المعلومات الإعلامية يسهل الطريق على الانسان الباحث في التحليل والاستنتاج الذي يقود الى المعرفة. وبعبارة أوضح فأنه على المستوى العلمي والبحثي والجامعي فإن المصادر الإلكترونية والنشر الإلكتروني يتيحان الفرصة أمام الباحثين والجامعيين إلى توجيه الجزء الأكبر من جهودهم إلى عمليات التحليل والتفسير والاستنتاج والتنبؤ والكشف عن الظاهرات والمتغيرات الجديدة. وهو ما يمثل العمود الفقري للعملية البحثية. وذلك بديل عما كان يحدث قبل ذلك من ضياع نسبة كبيرة من جهد الباحثين في الحصول على المعلومات، وهو ما سوف يؤدي إلى تطوير المعرفة وتحديثها في المجالات الإعلامية البحثية المختلفة، وازدهار الابتكار والبحث العلمي.

10- **التطور في البرامجيات والطابعات الليزرية أدى إلى جودة في المخرجات**.فالمصادر الإعلامية الإلكترونية والنشر الإعلامي الإلكتروني يضمنان للمؤسسات الإعلامية مراكز البحوث الإعلامية جودة عالية في المخرجات المطبوعة تضاهي المطابع التقليدية. فبتطور البرمجيات والطابعات الإلكترونية أصبحت مخرجاتها تضاهي كفاءة منتجات المطابع المحترفة وجودتها، وبشكل يصعب التفريق بينهما أحياناً.

11- **ضمان الاقتصاد الملموس في الوقت والجهد والمال**. فالمراحل المعروفة في إعداد النسخ المطلوبة للطباعة كالتنضيد والإجراءات والمتطلبات البشرية والمالية والأجهزة والمعدات التي تستهلكها هذه المرحلة قبل أن تصل النسخة إلى آلة الطباعة هي العامل المؤثر والمباشر في ارتفاع كلفة الطباعة في المطابع، والتأخير والأجور المرتفعة للأيدي العاملة الفنية. فالنشر الإلكتروني لمصادر المعلومات الإعلامية الإلكترونية، كالصحف والمجلات والمطبوعات الإعلامية الأخرى، اختصر هذه العمليات كلها وأصبحت الكلفة الحالية تقدر بواحد من عشرة (10/1) من تكاليف الطباعة التقليدية.

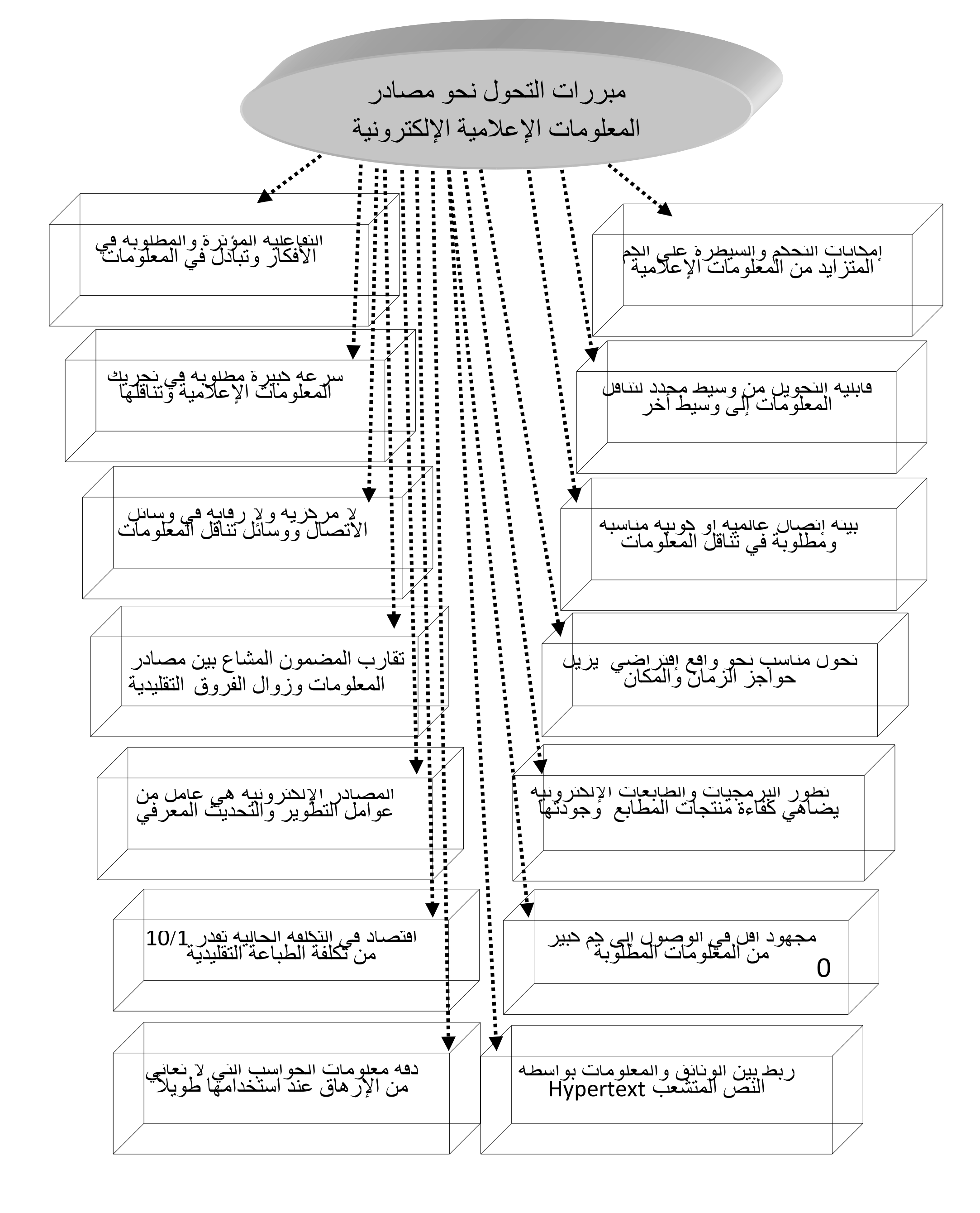
12- **جهد أقل في الوصول إلى كم كبير من المعلومات الإعلامية المطلوبة:** وعلى أساس كل ما تقدم فإن المصادر الإلكترونية والنشر الإلكتروني يؤمنان السرعة العالية في الإنجاز مع ضمان الجودة والكفاءة العالية وبأقل جهد. فالمصادر الإكترونية تقلل من الجهود المبذولة، من قبل الباحثين ومن قبل الأشخاص الذين يهيئون لهم المعلومات المطلوبة.

حيث أن الوصول إلى المصادر التقليدية، والمعلومات الإعلامية الموجودة في المصادر التقليدية، يحتاج إلى الكثير من الجهود والإجراءات، بعكس المصادر الإعلاميةالمحوسبة التي تختصر كثيراً في مثل تلك الجهود والمعاناة.

13. **دقة النظم الحاسوبية التي لا تعاني من الإرهاق والتعب** عند استخدامها لفترات طويلة ومتكررة، مقارنة بالإرهاق الذي يعانيه الإنسان. لذا فإن هنالك دقـة متناهية في السيطرة والحصول على الكم الهائل والمتزايد من المعلومات الإعلامية.

14. **سهولة الربط بين الوثائق والمعلومات بالنص المتشعب Hypertext:** يوفر استخدام المصادر الإلكترونية ميزة فريدة لا يمكن الحصول عليها بالوسائط التقليدية الورقية ، حيث يمكن استخدام نظم النص المتشعب Hypertext التي تتضمن الوصلات البرمجية التي تستخدم للانتقال من كلمة محددة في النص إلى ملف صوتي يشرح هذه الكلمة أو إلى صورة تتعلق بهذه الكلمة أو إلى شرح تفصيلي بنص مطول يوضح مدلولاتها . والعنوان أو الكلمة التي تستخدم لهذا التطبيق تظهر عادة بلون آخر مختلف عن لون النص الأصلي ، ويكفي الضغط عليها بالفأرة للانتقال إليها ضمن دليل الاستخدام مما يتجاوز كثيراً مما يمكن أن تقدمه الوثائق المطبوعة أو من سرعة النفاذ إلى المعلومة المطلوبة.

ويمثل المخطط رقم () التالي فقرات عن أسباب توجه العديد من الباحثين والقراء نحو المصادر الإلكترونية.



مخطط رقم (26) أسباب التحول نحو مصادر المعلومات الإعلامية الإلكترونية

ثانيـاً:أنواع مصادر المعلومات الإعلامية الإلكترونية المعاصرة

هنالك أنواع مختلفة من مصادر المعلومات الإعلامية الإلكترونية، والتي يلجأ البعض إلى تسميتها بمصادر المعلومات المحوسبة أو مصادر المعلومات الرقمية أو المرقمنة. وإن مثل هذه المصادر هي التي أصبح من الضروري توافرها وتواجدها في مراكز المعلومات والأرشيفات الصحفية والإعلامية المعاصرة، هي كالآتي:

1. صحف الكترونية E-Newspapers : والتي تأتي باصول ورقية وأخرى إلكترونية، او أنها بشكل الكتروني فقط، ولا تتوفر بشكل ورقي. وتقدم خدماتها من خلال مواقعها المباشرة عبر الانترنت، عن طريق الإشتراك والدخول المبرمج، أو أنها تكون مفتوحة بشكل مجاني وعام، وهذا ما هو متوفر في الغالب، في الوقت الحاضر.

2. مجلات ودوريات أخرى إلكترونية E-Magazines or Periodicals : أي المجلات والمصادر التي تصدر يشكل دوري (شهري، فصلي...إلخ)

3. كتب الكترونبة E-Books: والتي تمثل مصادر معلومات إعلامية مساعدة، والتي باتت مواقعها عبر الانترنت في تزايدز حيث تقدم مثل هذه المواقع للمستخدمين نصوص كاملة من الكتب، في موضزعات إعلامية وغير إعلامية عدة.

4. مصادر مراجعية الكترونية أو ما تسمى بـ E-References: كالموسوعات والقواميس والمراجع الإلكترونية الأخرى التي يرجع الباحثين في استشارتها حول معلومة أو معلومات محددة، والتي بدأت بالانتشارعبر شبكة الانترنت، وذلك كرديف أو كبديل للكثير من المراجع الورقية، مع الأخذ بالإعتبار امكانات ومزايا في المصادر الالكترونية تتمثل بالصوت والصورة والروابط المطلوبة Links

5. الأطروحات والرسائل الجامعية الالكترونية، على مستوى الدكتوراه والماجستير أو ما تسمى بـ E-Theses & Dissertation، ومن مختلف أنحاء العالم. وهي متوفرة بشكل الالكتروني عبر الانترنت كنصوص كاملة أيضاً بالإضافة إلى المستخلصات.

6. فهارس محوسبة لأشهر المكتبات في العالم (Online Library Catalogs) والتي تعكس التعرف على مجاميع تلك المكتبات. حيث تقدم العديد من

المكتبات العالمي، كمكتبة الكونكرس في الولايات المتحدة الأمريكية، خدمات الفهرس الآلي على الخط المباشر لمجاميها بشكل متطور كبديل للفهرس التقليدي.

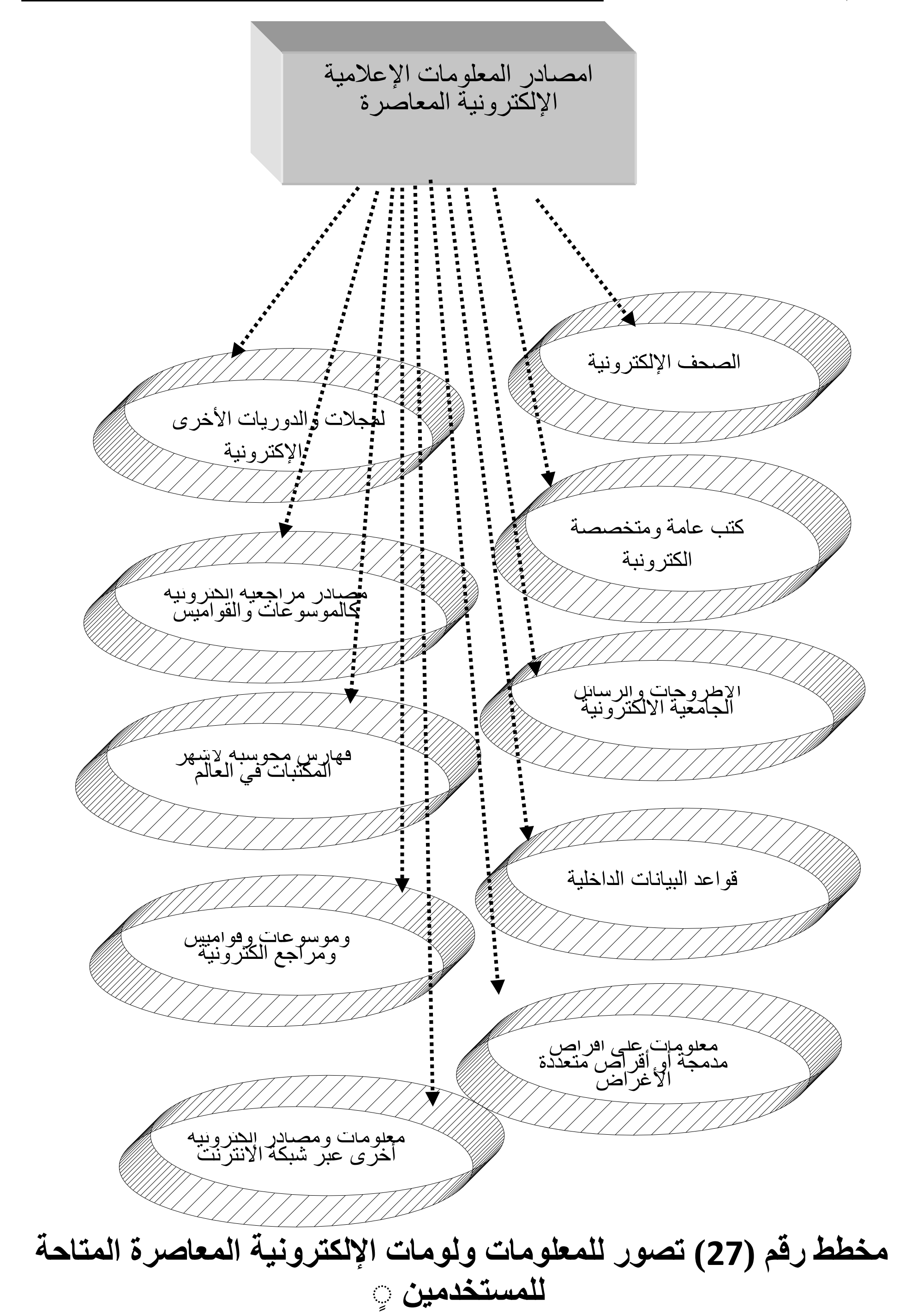
7. قواعد البيانات الداخلية In-House Data Base Resources : وهي القواعد التي تقوم المؤسسات المعلوماتية بتصميمها وبناءها حسب حاجات مستخدميها، والتي يمكن لاحقاً ان تتاح للمستخدمين على الخط المباشر عبر شبكات المعلومات المختلفة، وعلى شبكة الانترنت (شبكة الشبكات).

8. مصادر الاقراص المدمجة CD-ROM Resources: حيث تتوفر الكثير من مخرجات قواعد البيانات، والدوريات، والكتب، والمراجع الالكترونية، ووفائع وبحوث المؤتمرات على هذا النوع من الاقراص.

9. معلومات على الاقراص المدمجة أو الأقراص متعددة الأغراض Multi-Media Resources. وقد انتشر وجودها ضمن مجاميع المكتبات ومؤسسات المعلومات لما تتميز به من امكانات الجمع بين النص الصورة الثابتة والمتحركة والصوت والتي تخدم تخصصات وموضوعات كثيرة.

10. معلومات ومصادر إلكترونية أخرى عبر شبكة الانترنت Internet، ومن غير المذكورة اعلاه. حيث أن المعلومات ومصادر المعلومات التي تقدم عن طريق الإنترنت هي في تطور مستمر.

ويعكس المخطط التالي رقم () تصوراً موجزاً لمصادر المعلومات الإلكترونية المعاصرة المذكورة.



مخطط رقم (27) تصور للمعلومات ولومات الإلكترونية المعاصرة المتاحة للمستخدمين

ثالثـاً:مراحل التحولات التي مرت بها مصادر

المعلومات الإعلامية المعاصرة

من الجدير بالتذكير هنا إلى أن تطورات تكنولوجية متعددة قد تعاملت مع مصادر المعلومات الإعلامية، من حيث الخزن والحفظ والمعالجة والاسترجاع، وصولاً إلى الإنترنت. وقد سهلت مثل هذه التطورات، ومهدت الطريق أمام الباحثين والمستخدمين في الوصول إلى ما يحتاجونه من معلومات بسرعة ودقة وشمولية وافية، بشكل كبير وسريع. ونستطيع إعطاء صورة موجزة عن مثل هذا التطور الذي واكب مفهوم تكنولوجيا المعلومات في مؤسسات ومراكز المعلومات، بشكل مراحل متعاقبة أحياناً ومتداخلة أحيانا اخرى، وكالآتي:

1. مرحلة المايكروفلم والمايكروفيش (Microfilm and Microfiche): والتي هي مرحلة استخدام المصغرات أو المايكروفورم (Microforms) بأنواعها وأشكالها المختلفة، كالمصغرات الفيلمية أو المايكروفيلم (Microfilm) والتي ذكرت تفاصيلها في فصل سابق. وقد استثمرت هذه التكنولوجيا، إن صح التعبير والوصف لها، وخاصة بالنسبة للكتب النادرة والمخطوطات.
2. مرحلة بناء قواعد بيانات داخلية (In-house Databases): مرحلة استخدام الحاسوب (Computer) ويكون هذا الاستخدام بشكل منفرد، وذلك لبناء قواعد بيانات داخلية أو محلية في المكتبات ومراكز المعلومات، كل على انفراد، كقواعد الفهارس، والتزويد، والسيطرة على الدوريات، والإعارة ... الخ
3. مرحلة مخرجات الحاسوب المصغرة يالمايكروفيش (Computer /COM output Microfiche): وهي عبارة مرحلة استخدام الحاسوب مع تقنية المصغرات من أجل الحصول على مخرجات حاسوب مصغرة على المايكروفيش. وقد استخدمت مثل هذه التكنولوجيا في في التعامل مع مصادر ووثائق متعددة، مثل فهارس بعض المكتبات الأوربية والأمريكية، فضلاً عن استخداماتها في التعامل مع مصادر ووثائق أخرى
4. مرحلة البحث بالاتصال المباشر عبر الحواسيب (Online Searching): حيث يتم استخدام الحاسوب في بنوك ومراصد المعلومات المحوسبة، بواسطة اعتماد جهاز أو أداة التعديل والتحويل للإشارات الخارجة من

الحاسوب، التي تسمى إشارات رقمية (Digital) إلى إشارات قياسية (Analog) يمكن نقلها عبر وسائل الاتصال المتاحة، ويسمى هذا جهاز التحويل أو التعديل بالمودم أو المعدل (MODEM). إضافة إلى تأمين تقنيات اتصال أخرى مناسبة، كالمايكرويف الأرضي أو المايكرويف الفضائي، عبر الأقمار الصناعية، وذلك لغرض البحث بالاتصال المباشر (Online Searching)

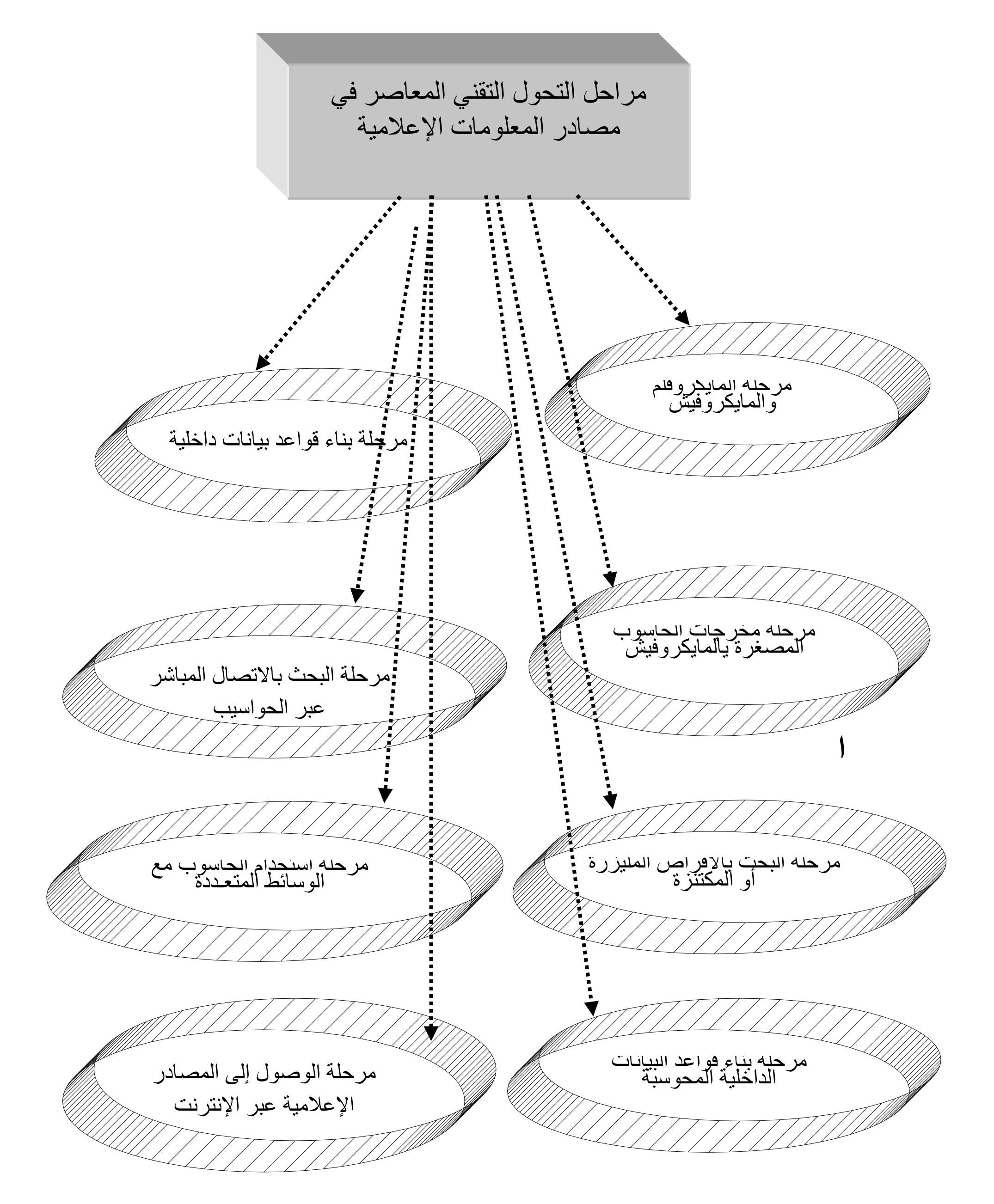
5. مرحلة الأقراص المليزرة أو المكتنزة التي يطلق عليها سيدي روم (Compact Disc Read Only Memory/CD-ROM): وتشتمل على حاسوب مع أقراص مكتنـزة أو مليزرة (CD-ROM) من أجل البحث في قواعد بيـانات الأقراص المليـزرة.

6. وهي مرحلة أستخدام الحاسوب مع الوسائط المتعـددة / الملتيميديا (Multimedia) بغرض البحث في قواعد البيانات الخاصة بالوسائط المتعددة، التي تشتمل على الصورة والصوت، إضافة إلى النصوص.

7. مرحلة بناء قواعد البيانات الداخلية المحوسبة بإستخدام والمحول أو المودم (MODEM) إضافة إلى تقنيات اتصال مناسبة للتراسل مع حواسيب وقواعد أخرى في مؤسسات ومراكز قريبة أو بعيدة، وبناء شبكات معلومات ومكتبات محلية (Local Area Network / LAN) أو شبكات واسعة (Wide Area Network / WAN)، أو شبكات محلية أو قطـاعية أو وطنيـة أو إقليميـة . وإن عدد من هذه الشبكات لجأت إلى استثمار قواعد الأقراص المكتنزة والوسائط المتعددة في تبادل المعلومات.

8. مرحلة الوصول إلى المعلومات والمصادر الإعلامية عبر شبكة المعلومات العالمية، الإنتـرنت /Internet. حيث أن الوصول إلى المعلومات والإتصال عبر الإنترنت هو قمة التطور لمختلف أنواع التكنولوجيات المذكورة في معظم المراحل المذكورة في النقاط السابقة، بما فيها الأقراص المكتنزة المليزروة والوسائط المتعددة/الملتيميديا.

ويعكس اتلمخطط رقم () التالي تصوراً لمراحل التطور التي أشرنا إليها.



المخطط رقم (28) مراحل التطور التقني في مصادر المعلومات الإعلامية

رابعـــاً:الصحـــف الإلكترونيـــــة وميزاتها على الصحف الورقية

الصحيفة الإلكترونية هي عبارة نتاج إلكتروني، يظهر على شاشة الحاسوب عادة، ويؤمن الاتصال والتواصل بين القراء عبر الفضاء الإلكتروني المتمثل بالإنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى. لذا فإنه تستخدم في الصحافة الإلكترونية عادة مهارات مزدوجة من فنون وآليات ومهارات تشبه العمل في الصحافة المطبوعة، مضافا إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات، والتي تتناسب مع استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيلة اتصال، بما في ذلك استخدام النصوص والصور. وقد يضاف إلى ذلك تقنيات الصوت والمستويات المختلفة من التفاعل مع القراء والمستفيدين،بغرض لحصول على الأحبار الآنية، والأخبار غير الآنية ومتابعتها وتحليلها.

وتمتاز الصحف الإلكترونية يعدد من المزايا التي تعطيها أهمية خاصة، هي:

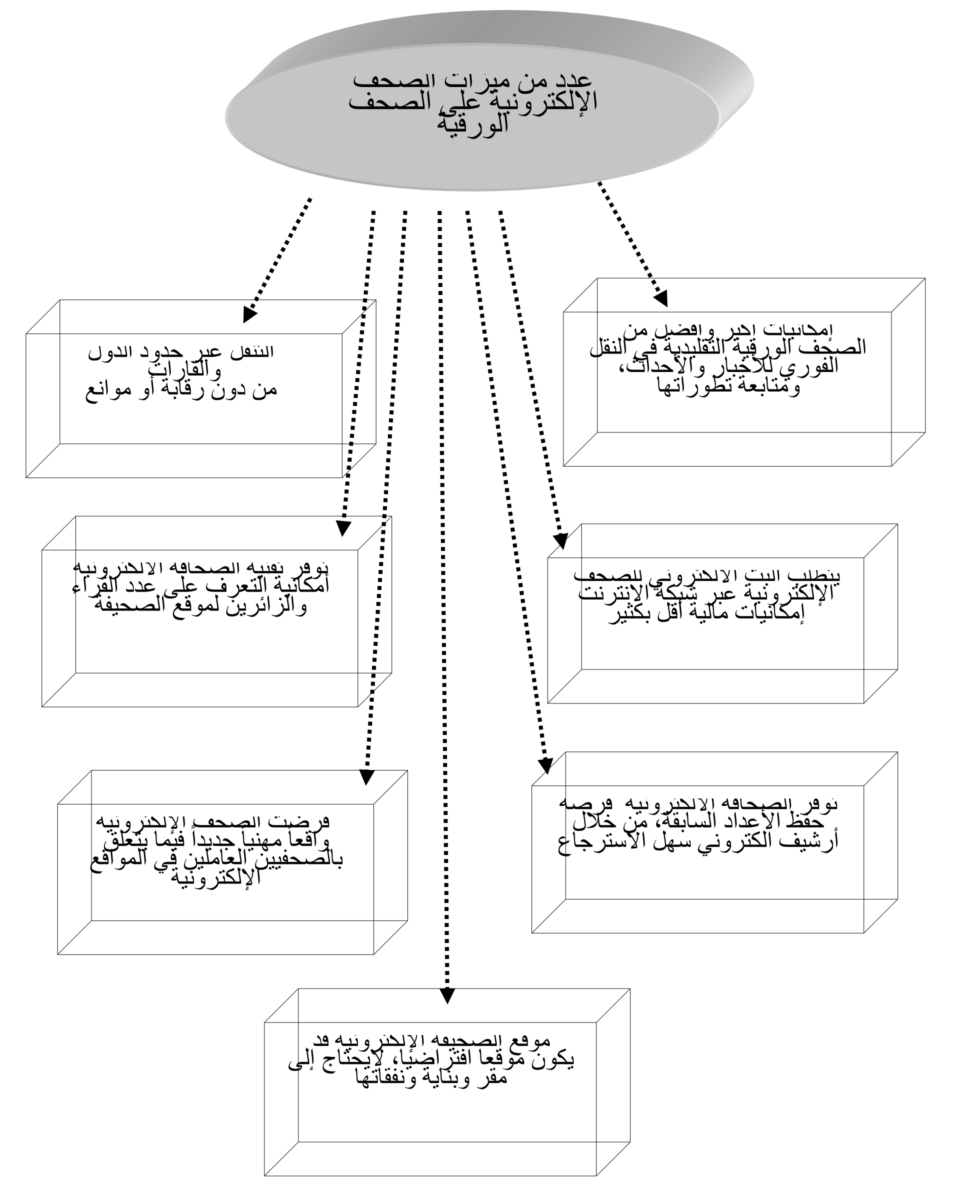
1. لقد حققت هذه الأنواع من الصحافة إمكانيات أكبر وأفضل من الصحف الورقية التقليدية في النقل الفوري للأخبار والأحداث، ومتابعة تطوراتها، وتعديل نصوصها، في أي وقت وساعة من اليوم، من دون انتظار حلول اليوم التالي.
2. كذلك فقد تمكنت الصحف الإلكترونية من التنقل عبر حدود الدول والقارات، من دون رقابة أو موانع أو رسوم، بشكل فوري وزهيد التكاليف ، بل ومجاناً في كثير من الأحيان، عبر الشبكة العالمية للمعلومات، الانترنت.
3. عموماً فإنه يتطلب البث الالكتروني للصحف الإلكترونية عبر شبكة الانترنت إمكانيات مالية أقل بكثير مما هو مطلوب لإصدار صحيفة ورقية. فالصحف الالكترونية تستغني عادة عن النفقات والأموال التي يحتاجها توفير المباني والمطابع والورق، ومستلزمات الطباعة الأخرى ، ناهيك عن متطلبات وجهود التوزيع والتسويق، والعدد الكبير من الموظفين والمحررين والعاملين الآخرين.
4. من جانب آخر فإنه توفر تقنية الصحافة الالكترونية أمكانية التعرف على عدد القراء تسجيل إعداد الزائرين لموقع الصحيفة ، حيث يقوم كل موقع على الشبكة بالتسجيل التلقائي لكل زائر جديد يومياً، فضلاً عن أن هناك بعض البرامج تسجل أسماء وعناوين الزوار.
5. توفر الصحافة الالكترونية فرصة حفظ الأعداد السابقة، من خلال أرشيف الكتروني سهل الاسترجاع وغزير بمواده المحفوظة. حيث

يستطيع الزائر أو المستخدم أن يفتش عن تفاصيل خبر ما أو حدث ما، أو يعود إلى مقالات قديمة، وبسرعة قياسية تفوق التحري عن مثل تلك المعلومات والأخبار عبر الأرشيف الورقي التقليدي، وبمجرد ذكر أسم الموضوع المطلوب، ليقوم باحث الكتروني بتزويده خلال ثواني بقائمة تتضمن كل ما نشر حول هذا الموضوع في الموقع المعين.

6. أما بالنسبة للعاملين في الصحف الإلكترونية، فقد فرضت الصحافة الالكترونية واقعاً مهنياً جديداً فيما يتعلق بالصحفيين في المواقع الإلكترونية وإمكانياتهم وشروط عملهم. فقد أصبح المطلوب من الصحفي المعاصر أن يكون ملماً بالإمكانيات التقنية وبشروط الكتابة عبر الانترنت وللصحافة الالكترونية، كوسيلة تجمع بين مهنة ومهارة الصحافة ومهارة العرض من خلال الحاسوب .

7. موقع الصحيفة الإلكترونية قد يكون موقعا افتراضياً، لايحتاج إلى مقر واحد أو بناية لجميع العاملين. إنما يكون إصدار صحيفة من خلال فريق عمل متفرق وموزع في أنحاء مختلفة من العالم.

ويعكس المخطط رقم () التالي بشكل موجز ميزات الصحف الإلكتروني على الصحف الورقية التقليدية.



المخطط رقم (29) أهم ميزات الصحف الإلكترونية على الصحف الورقية

مقارنة بين الشكل الإلكتروني والشكل الورقي للصحف:

نستطيع أن نوضح مبررات التحول نحو الشكل الإلكتروني للصحف من خلال النقاط التالية:

1. **تعدد وسائط العرض للمعلومات :** الصحافة المطبوعة تقدم النص بالدرجة الأساس، بينما الصحافة الإلكترونية هي الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها تقديم النص والصورة والصوت معاً (أحياناً) وبشكل مترابط وفى قمة الانسجام والإفادة المتبادلة، ويعود ذلك إلى أن أدوات ممارسة الصحافة الإلكترونية تعتمد بالأساس على التعامل مع المحتوى المخزن رقميا، الذي يتم فيه جمع وتخزين وبث جميع أشكال المعلومات ويعتبرها ذات طبيعة واحدة بغض النظر عما إذا كانت صوتا أو صورة أو نص، ومن ثم يجعل من السهل أن تضع ملفا رقميا على حاسب أو موقعا بالإنترنت بداخله نص أو صوت أو صورة، و التحدى الأكبر أمام الصحفي هنا هو امتلاك مهارات التعامل مع الأدوات والأجهزة السمعية والبصرية والمكتوبة، ثم القدرة على تكوين رؤية تستطيع صهر كل هذه المواد في بوتقة واحدة تخدم الجمهور.

2. **التفاعل والمشاركة بين القراء والصحف :** في الصحافة المطبوعة يكون التفاعل الوحيد بين القارئ والجريدة هو النظرإلى المادة التي تستهويه ثم القراءة، وتقليب الصفحات للأمام والخلف، لكن الصحافة الإلكترونية تسمح بمستوى غير مسبوق من التفاعل، يبدأ بمجرد البحث في مجموعة من النصوص والاختيار فيما بينها، و ينتهي بإمكان توجيه الأسئلة المباشرة والفورية للصحفي أو مصدر المعلومة نفسه، أو التدخل للمشاركة في صناعة خبر أو معلومة جديدة أثناء القراءة وتصفح الموقع، من خلال إبداء الملاحظات أو المشاركة في استطلاعات الرأي والحوارات الحية مع الآخرين حول ما يقرأ.

3. **تمكين القراء من السيطرة على المعلومات والأخبار المطلوبة :** في الصحافة المطبوعة ليس للجمهور خيار سوى قراءة ما هو مكتوب بالصحيفة، لكن الصحافة الإلكترونية تقبل بفكرة تمكين الجمهور من بسط نفوذه على المادة المقدمة وعملية الاتصال ككل، من خلال الاختيار ما بين الصوت والصورة والنص الموجود مع المحتوى الصحفي سواء كانت أخبار أو تقارير أو تحليلات، والمصادر المتعددة فالقارئ ليس أمامه قصة إخبارية واحدة فقط حول القضية، بل بين يديه كل القصص التي نشرت عن الموضوع نفسه في السابق، وروابط لمواقع أخرى

يمكنه أن يجد بها معلومات إضافية، وبين يديه أيضا خدمات متعددة يمكنه الاختيار من بينها.

4. **الخدمات المحدثة والمضافة القائمة على السرعة:** لا يمكن للصحيفة المطبوعة أن تقدم شيئا خارج سطور الحبر المصفوفة على الورق، وإذا كانت هناك خدمة ما فعلى الجمهور الاتصال بالصحيفة والانتظار للعدد التالي ليبحث عن الخدمة، لكن بيئة عمل الصحافة الإلكترونية تقدم للجمهور سلسلة من خدمات القيمة المضافة القائمة على فكرة السرعة أو الآنية، فالصحيفة بإمكانها أن تلعب دور حلقة الاتصال الآنية بين جمهورها عبر حلقات النقاش وغرف المحادثة ومنتديات الحوار وقوائم البريد وغيرها، وتستطيع مضاعفة القدرة على التحقق من الوقائع بشكل فوري عبر تعدد المصادر والإحالات الموجودة على الموقع، وتستطيع القيام بخدمة التحديث الفوري للمعلومات تبعا لتطور الأحداث.

5. **الشخصنة أو التوافق مع الرغبات والإختيارات الشخصية للقراء:** لا تستطيع الصحيفة المطبوعة أن تقدم نسخة مفصلة أو معدة حسب احتياجات كل قارئ على حدة،بيد أن بيئة عمل الصحافة الإلكترونية بما تحمله من مرونة واعتماد كثيف على تكنولوجيا المعلومات بإمكانها أن تجعل كل زائر للموقع قادرا على أن يحدد لنفسه وبشكل شخصي الشكل الذى يريد أن يرى به الموقع، فيركز على أبواب ومواد بعينها ويحجب أخرى، وينتقى بعض الخدمات ويلغى الأخرى، ويقوم بكل ذلك في أي وقت يرغبه، وبإمكانه أيضا تعديله وقتما يشاء، وفى كل الأحوال هو يتلقى ويستمع ويشاهد ما يتوافق مع اختياراته الشخصية وليس ما يقوم الموقع ببثه.

6. **الحدود المفتوحة عبر مساحات واسعة:** في الصحافة المطبوعة يواجه المحررون عادة مشكلة محدودية المساحة المختّصة للنشر، وهذه المشكلة ليس موجودة في الصحافة الإلكترونية بسبب خاصية الحدود المفتوحة، فمساحات التخزين الهائلة الموجودة على الحاسبات الخادمة التي تدير المواقع لا تجعل هناك قيود تقريبا تتعلق بالمساحة أو بحجم المقال أو عدد الأخبار، يضاف لذلك أن تكنولوجيات الإنترنت، خاصة ما يعرف بتكنولوجيا النص الفائق والروابط المتشعبة Hypertext and Hyperlink ، والتي تسمح بتكوين نسيج متنوع وذو أطراف وتفريعات متعددة ومتنوعة تسمح باستيعاب جميع ما يتجمع لدى الصحيفة من معلومات وأخبار.

محددات قد تواجهها الصحف الإلكترونية:

من جانب آخر نستطيع أن نستدرك ونشخص بعض المشاكل، أو بالأحرى بعض المحددات التي يراها البعض، في نشر الصحف إلكترونياً، أو التعامل مع الصحف الإلكترونية، وخاصة العربية منها، والتي هي:

1. ضعف في عائد السوق، سواء من القراء أو المعلنين. حيث لا يزال العديد من قراء الصحف يرجعون إلى الصحف التقليدية الورقية في متابعة الأخبار والأحداث.
2. قلة، أو عدم وجود صحفيين مؤهلين لإدارة وتحرير الطبعات الإلكترونية للصحف والتعامل معها، وخاصة ما يتعلق منها بالصحافة العربية.
3. المنافسة الشرسة من مصادر الأخبار والمعلومات العربية الدولية والأجنبية التي أصدرت لها طبعات إلكترونية منافسة لتلك الصحف الصادرة باللغة العربية. فهنالك أعداد متزايدة من المصادر والمنابع التي تزود الصحف بالأخبار، التي يتصف البعض منها بالضعف وقلة المصداقية.
4. عدم وضوح مستقبل الصحف الالكترونية عبر الإنترنت، في ظل عدم وجود قاعدة مستخدمين جماهيرية واسعة.
5. لازلنا نرى أن هنالك عدد محدود من نتاج الصحافة الذي نجح على الإنترنت، وخاصة تلك الصحف التي تصدر باللغة العربية.
6. المعوقات المالية. وخاصة في بعض الدول، كالدول النامية، والذي يشكل العامل المادي عائقاً لإنتاج أو حتى لقراءة الصحف الإلكترونية.
7. ضعف في البنى التحتية والإرتكازية Infrastructure لشبكات الاتصالات المحلية في العديد من الدول والمناطق في العالم.
8. العوائق الاجتماعية، والثقافية، والاقتصادية، التي أخرت وتؤخر في الاستفادة من خدمات شبكة الإنترنت، وبالتالي أثرت بشكل رئيس على سوق الصحافة الإلكترونية.

خامساً:المجلات والدوريات الأخرى الإلكترونية وتحدياتها

لقد تطور أسلوب إنتاج المجلات والدوريات الأخرى الإلكترونية عبر مراحل وأجيال، يمكن أن نحددها بأربعة، هي:

1. **مجلات ودوريات الجيل الأول:** وهي المجلات والدوريات التي ظهرت في فترة النصف الثاني من الثمانينيات، ومطلع التسعينيات من القرن الماضي. وقد كانت أهم معالم هذا الجيل من الدوريات اعتمادها على تقنية ونظام الأكروبات Acrobat ، والترميز المعياري الأمريكي لتبادل المعلومات، المعروف بإسم أسكي ASCII
2. **مجلات ودوريات الجيل الثاني :** ويتزامن هذا الجيل من المجلات والدوريات الأخرى الإلكترونية مع ظهور الشبكة العنكبوتية العالمية في منتصف التسعينات، وتحديداً في عام 1994. وقد تم التحول نحو استخدام تقنيات الروابط الفائقة Hyperlink ، التي تربط المقالات بما سبقها من وثائق لها إرتباطات موضوعية. وكذلك لغة النصوص الفائقة المعروفة باسم HTML
3. **مجلات ودوريات الجيل الثالث :** ومن أهم ميزاتها هو ربط دراساتها ومقالاتها بغيرها من الوثائق اعتماداً على بيانات الإستشهادات المرجعية، وفي الإتجاهين الراجع والتالي. بحيث يتم ربط كل مقالة أو دراسى بما سبقها من وثائق، من جهة، وبما يليها من وثائق، طالما أن الوثائق والمقالات تشير إلى ما استشهدت بع من مقالات ووثائق سبقتها. وتشير المصادر إلى أن هذا الأسلوب والنوع من الدوريات الإلكترونية بادئ في التطبيق، ومن أمثلته دوريات الجمعية الفلكية الأمريكية، ومعهد الفيزياء في الولايات المتحدة الأمريمية
4. **مجلات ودوريات الجيل الرابع:** التي من المفترض أن تكون قد بدأت في منتصف العقد الأول من هذا القرن بتوجهات تعتمد على مايسمى بالوكلاء الأذكياء Intelligent Agent وبرامجيات الكلاء الذكية Intelligent Software Agent والتي هي برامجيات خاصة بالنظم الخبيرة Expert Systems التي تستثمر إمكانات الذكاء الإصطناعي Artificial Intelligent . حيث أنه بإمكان هذا النوع من البرامجيات أن يحل محل الإنسان في البحث عن المعلومات في الدوريات الإلكترونية المتاحة على الإنترنت والشبكة العنكبوتية العالمية.

وعلى هذا الأساس فإننا نستطيع أن نحدد فترات إفتراضية للأجيال الأربعة من المجلات والدوريات الإلكترونية، كالآتي:

1. المجلات والدوريات الإلكترونية للجيل الأول 1984-1994
2. المجلات والدوريات الإلكترونية للجيل الثاني: في الفترة 1994- 2000
3. المجلات والدوريات الإلكترونية للجيل الثالث للفترة 2000-2004
4. المجلات والدوريات الإلكترونية للجيل الرابع من المتوقع أن يكون تاريخ امتدادها من 2004- وحتى الوقت الحاضر

اتجاهات نشر المجلات والدوريات الأخرى الإلكترونية:

هنالك إتجاهان، أو نوعان رئيسيان من مصادر المعلومات الإلكترونية، المنشورة بهذا الشكل أو ذاك من الأشكال والصيغ الإلكترونية، وهذان الإتجاهان هما:

أ. معلومات إعلامية متوافرة بشكل إلكتروني، ولا يوجد لها بديل أو رديف بشكل ورقي.

ب. معلومات إعلامية متوافرة بشكل إلكتروني، ولا يتوفر لها بديل ورقي، أو أية مصادر ورقية مماثلة مكملة.

من جانب آخر وبالنسبة إلى أشكال مصادر المعلومات الإلكترونية، وعلاقتها مع مصادر المعلومات الورقية البديلة، لابد لنا من التفكير أولاً في إيجاد الأجوبة المناسبة لعدد من التساؤلات المهمة الآتية:

1. هل أن البديل الورقي لمصادر المعلومات الإلكترونية هو ضروري ؟ وبعبارات أوضح هل توجد ضرورة للإبقاء على المصادر الورقية إلى جانب المصادر الإلكترونية ؟
2. هل يفضل الباحث الإعلامي والمستفيد من المعلومات الشكل الإلكتروني على الشكل الورقي؟ وهل هو وغيره من الباحثين متحمسون لاستخدامها كبدائل للمصادر الورقية، لأسباب قد تكون منطقية مقبولة؟
3. هل أن البدائل من المصادر الإلكترونية هي مجرد مفاتيح (أي قواعد بيانات ببليوغرافية) إرشادية سريعة وشاملة لإيصال الباحثين إلى مصادر المعلومات التي قد تكون، أو جزء منها ورقية.

4. واستكمالاً للسؤال السابق : هل تتوافر قواعد بيانات نصوص كاملة (Fulltext Databases) إلى جانب قواعد البيانات الببليوغرافية المفتاحية ؟

5. هل أن مصادر المعلومات الإلكترونية تحقق للباحثين والمستخدمين الإعلاميين المزايا العديدة المطلوبة منها، كالسرعة والدقة والشمولية، مقارنة بالمصادر الورقية ؟

ويبدوا أن المصادر الإلكترونية، ومنها الدوريات المنشورة على الخط المباشر، مختلفة جداً عن النسخة الورقية، كما أنها لن تحل في المستقبل القريب محل هذه النسخة. ومن التجارب الموثقة أنه عندما نشر مؤخراً إحدى المجلات إلكترونياً فقط فقد بلغت الطلبات التي تلقتها المجلة من الكثرة من أجل نشرها ورقية مطبوعة مما اضطرت معه إلى النشر بالشكل الورقي التقليدي أيضاً. ويتفق العديد من الكتاب بأن القراء المنظمين يحبون التصفح، كما أن الورق سوف يظل أسهل الأشكال تنفيذاً لفترة طويلة قادمة. ومع كل ذلك فإن المطبوعات المنشورة إلكترونياً، على الخط المباشر، تمثل بالنسبة للباحثين الذين يرغبون في اللحاق بآخر التطورات، أو في البحث والوصول إلى معلومات محددة بوسيلة سريعة وملائمة تقدم تسهيلات بحث، لا تتوافر إلا بهذا الشكل الإلكتروني.

المجلات والدوريات إلكترونية الأخرى المتوفرة على الإنترنت:

هنالك مجموعة متنوعة من الدوريات الأخرى المتوافرة على الإنترنت، يمكن تقسيمها كالآتي:

1. مجلات ودوريات أخرى تصدر بشكل إلكتروني فقط ولا يتوفر لها أصول ورقية أو أشكال تقليدية (electronic form only)

2. دوريات كان لها أصل ورقي ثم توقف عن الصدور وصارت تصدر بشكلها الإلكتروني فقط (e-form only from original printed)

3. مجلات ودوريات أخرى تصدر بشكلين معاً الورقي والإلكتروني (electronic printed format)

4. مجلات ودوريات أخرى متوفرة ومتاحة على الأقراص المكتنزة (Journals on CD ROM)

5. دوريات متوفرة ومتاحة على الخط المباشر Online من خلال قواعد وشبكات المعلومات.

6. مقالات إلكترونية منفردة (single-e- articles) وهي عبارة عن بحوث ومقالات دوريات تتاح إلكترونياً حال قبولها للنشر وقبل ظهور الدورية نفسها.
7. مجلات ودوريات أخرى يتم التعامل معها عبر شبكة الإنترنت ومتوفرة على موقع الشبكة العنكبوتية (website)

وهنالك عدد من المواقع المتوافرة على الإنترنت التي تتعامل مع المجلات والدوريات الأخرى، وخاصة المجلات والصحف العالمية العامة، وبمختلف لغات العالم، والسماح لمستخدمين الدخول إليها بشكل مجاني، مثل موقع كل ما تستطيع قراءته (all you can read)، والذي يقدم للمستخدمين خدمات قراءة المجلات والصحف، بمختلف أنواعها وموضوعاتها ومناشئها الجغرافية، في بلدان العالم المختلفة. فهنالك خياران رئيسيان على الصفحة الأولى لهذا الموقع هما: المجلات (magazine) والصحف (newspapers). فإذا ما أراد مستخدم اختيار المجلات، والنقر عليها، فإنه سيتحول إلى صفحات أخرى تحدد له موضوعات متعددة، مرتبة هجائياً، إبتداءً بالفن (art) ، وإدارة الأعمال (business)، وإنتهاءً بالمراة (women)، ومروراً بموضوعات أخرى، مثل الحاسوب، والإنترنت، والتعليم وغيرها من الموضوعات. كذلك فإن هنالك خيارات أخرى موزعة على المناطق الجغرافية في العالم. ومن الممكن الوصول إلى عدد كبير من المجلات، وقراءة محتوياتها، باللغة التي صدرت بها وأحدث تاريخ صدور لها.

سادساً:مشاكل تواجه المؤسسات والباحثين في التعامل مع المجلات والدوريات الأخرى الإلكترونية

نستطيع أن نحدد عدد من المشاكل والتحديات التي قد تواجه المكتبات والباحثين ومؤسسات المعلومات الأخرى عند اللجوء إلى التحول من المجلات والدوريات الأخرى التقليدية والورقية إلى الدوريات الإلكترونية، والتي هي:

1. مشكلة توفير البنية التحتية والأساسية (Infrastructure) الملائمة:

ويقصد بالبنية التحتية هنا المواصفات الجيدة والمتكاملة للحواسيب، ولشبكات الاتصال، والبرمجياتال فعالةال مناسبة .وكذلك القدرات والمهارات البشرية المؤهلة للتعامل مع الدوريات الإلكترونية في إجراءات التزويد والتنظيم والسيطرة عليها، وتقديم الخدمات المطلوبة والمناسبة للمستفيدين.

وقد لا تتوفر كل هذه المتطلبات بنفس الكفاءة لدى العديد من مؤسسات البحث والمعلومات المعنبة بالتعامل مع المجلات والصحف والدوريات الأخرى الإلكترونية، مما يؤدى إلى تفويت الفرص أمام المستفيدين للاستفادة منها.

ومن الجدير بالتذكير أن هنالك ضعف في البنية التحتية في عدد من الدول العربية، وكذلك الدول النامية الأخرى، حيث أنها تفتقر إلى الأجهزة المتطورة والمعدات المناسبة، والبرامجيات الفعالة، وشبكات الاتصال وتقنباتها.

2. مشكلة توفير المعايير والمقاييس الموحدة:

فالدوريات الإلكترونية عموماً لا تزال تفتقر إلى المعايير والمقاييس الموحدة للتعامل معها. فقراءة بعض المجلات تحتاج إلى استخدام أنواع مختلفة من البرمجيات والمعايير مثل Adobe Acrobat وغيرها وهذا معناه أنه على المكتبات ومؤسسات البحث والمعلومات امتلاك وتخزين أكثر من برمجية واحدة، وبالتالي قد يشكل هذا الإجراء عبئاً مالياً وتكنولوجيا مناسبة.

3. مشكلة عدم الاستقرار Instability والثبات في الإصدار:

وهذا معناه ظهور بعض الدوريات الإلكترونية التى ليس لها بديل ورقى، ومن ثم اختفاءها بشكل سريع، مما يفوت الفرصة على المكتبات

ومؤسسات البحث والمعلومات المعنية، وكذلك والباحثين من متابعتها، وما يترتب على ذلك من مشاكل في اختيارها، والنشر فيها، وإدخالها ضمن خدمات التكشيف والاستخلاص.

4. مشكلة إستخدام الاستشهادات المرجعية Citation والإقتباسات Quotation:

أي صعوبة الإشارة إلى المصدر بالنسبة للدورية الإلكترونية المستشهد بها أو المقتبس منها . فالكثير من هذه المجلات أصبحت تظهر بصورة مختلفة عما هو الحال في الشكل الورقى. حيث أن المقالة ينبغي أن تكون محددة الموقع والصفحات، واسم الكاتب وعنوان المقالة والعدد وغيرها من المعلومات الببليوغرافية. إلا أن الكثير منها يظهر بطريقة يصعب تحديد عنوان المجلة أو هوية المؤلف، خاصة إذا لم يكن للمجلة أصل ورقى يمكن الرجوع إليه. وتزداد المشكلة تعقيدا بتغير الموقع الإلكتروني (URL) للمجلة أو المقالة على الإنترنت والوب، بين حين وآخر، مما يضيع على المستفيد الأثر فى تتبع المقالة بعد فترة من صدورها.

5. مشكلة التأشير والتعليق:

حيث أنه لا يمكن التأشير والتعليق والكتابة عليها، إلا بعد الحصول على نسخة ورقية . وهنالك حاجة للعديد من المستفيدين لتحويل الشكل الإلكتروني للمعلومات إلى أشكال ورقية لغرض التعليق والتأشير عليها

6. مشكلة عدم وضوح أخبار وكتابات بعض المجلات والدوريات الأخرى الإلكترونية:

قد يصعب قراءة الدوريات والمقالات الإلكترونية أحياناً على الخط المباشر Online. ويعتمد ذلك على تصميم الخلفية والألوان والخطوط مما يضطر الباحث إلى الحصول على نسخة ورقية ولكنها تكون غير واضحة تماماً.

7. مشكلة تعود مؤسسات البحث والمعلومات الأخرى على صيغ محددة في التعامل مع الدوريات:

سواء كان ذلك فى تسجيل الدوريات وعرضها، ومن ثم تجليد وحفظ الأعداد القديمة منها. بل أن المكتبات تركز فى جمع وحفظ الأعداد المتكاملة لكل عناوينها وتقاس مجموعة المكتبة من الدوريات بتكامل أعدادها على الرفوف ولسنوات طويلة، ولتكون مرجعاً للباحثين وتحفظ حقوق المؤلفين

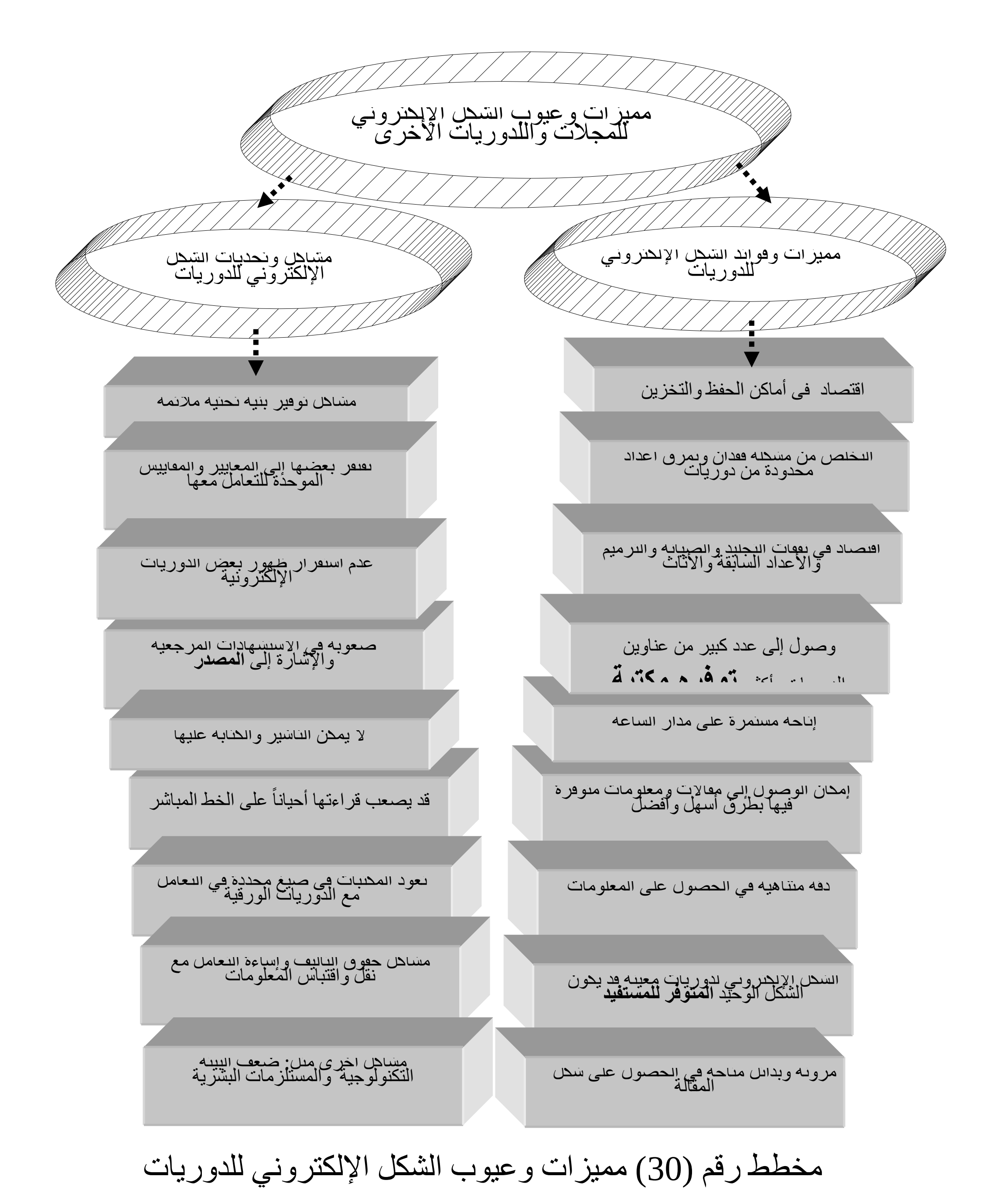
للمقالات والبحوث. لقد اختلفت الحالة تماما مع الشكل الإلكترونى وعلى الرغم من وجود الشكل الورقى للكثير من الدوريات إلا أن الاتجاه العام نحو اعتماد البديل الإلكترونى معناه لا وجود ولا حفظ لما يظهر إلكترونياً فهل هذا صحيح وأين حق المؤلفين وكيف يحقق المستفيد البحث الراجع؟

8. مشكلة حقوق النشر والتأليف:

وكذلك إساءة التعامل في نقل واقتباس المعلومات المنشورة في الدوريات، وعدم الإشارة إلى المصدر والكاتب.

مشاكل أخرى مثل: محدودية القراء بالنسبة للدوريات الإلكترونية، وخاصة في المنطقة العربية، وتأمين المستلزمات البشرية التي تتعامل مع الشكل الإلكتروني للدوريات، وإتقان الوسائل الحديثة والمستحدثة في التعامل مع معلومات ومقالات الدوريات. وهنالك مشاكل التعامل معها الفهرسة، التكشيف، التزويد، السيطرة عليها . ومشكلة التقبل العلمي للشكل الإلكتروني للدوريات من قبل بعض العلماء والباحثين

ويمثل المخطط التالي رقم () تصوراً مختصراً لمميزات وفوائد التعامل مع الدوريات الإلكترونية، من جهة ومشاكلها وتحدياتها من الجهة الأخرى.



مخطط رقم (30) مميزات وعيوب الشكل الإلكتروني للدوريات

سابعاً: مصادر معلومات إلكترونية مساندة أخرى

هنالك عدد من مصادر المعلومات المساندة للصحف والمجلات والدوريات الأخرى، يلجأ إليها أو يستشيرها الباحثون في الحصول على إجابات أو معلومات مهمة وسريعة. وهي متوفرة بشكل إلكتروني، على شبكة الإنترنت أو بأشكال إلكترونية وليزرية أخرى. ومن هذه المصادر والمراجع الإلكترونية، على سبيل الأمثلة لا الحصر ما يأتي:

1. الموسوعات أو دوائر المعارف (Encyclopedias). فهنالك ما يزيد عن (100) موسوعة إلكترونية، عامة ومتعددة الموضوعات، أو متخصصة في مجال موضوعي محدد. ومن أشهر هذه الموسوعات الموسوعة البريطانية على الخط المباشر (Encyclopedia Britannica Online)، التي دخلت مجال النشر الإلكتروني على الإنترنت في عام 1994، حيث أتاحتها بكافة محتوياتها ونصوصها وصورها وأشكالها ورسوماتها الثابتة والمتحركة والتفاعلية، في بداية الأمر للجميع، ولكنها ما لبثت في منصف عام 2001 بقصر الدخول إلى محتويات الموسوعة على المشتركين الذين يقومون، أو تقوم مؤسساتهم على دفع اشتراك مقداره خمسون دولاراً سنوياً، أو خمسة دولارات شهرياً. وتشتمل الموسوعة البريطانية على الإنترنت، أو على الخط المباشر، على (16) مليون مرجع، إضافة إلى (66) ألف مقالة، و(4200) صورة فوتوغرافية، ومجاميع من الخرائط والمخططات. كذلك فإنها تمتاز بوجود حوالي (500) ألف من ارتباطات النصوص التشعبية (Hypertext Link) التي ترشد القارئ من نص إلى نص أو نصوص أخرى مترابطة معها. ولمزيد من المعلومات عن الموسوعة البريطانية، بأشكالها الإلكترونية والرقمية المختلفة، يمكن للمستخدم مراجعة موقع الإنترنت الآتي:

http://www.britannica.com

كذلك فإن هنالك موسوعة كولومبيا الإلكترونية المختصرة (Concise Columbia Electronic Encyclopedia) التي تحتوي على معلومات مفيدة عن (17000) عنوان، تقدم بشكل مجاني للقراء على الخط المباشر، من خلال الموقع الآتي:

(http://www.encyclopedia.com)

2. القواميس والمعاجم الإلكترونية (Dictionaries)، والتي بلغ عددها بالمئات من القواميس ، بمختلف لغات العالم. ومن هذه القواميس قاموس ماريان وبستر (Marian Webster Dictionary with Thesaurus) والذي يشتمل على (70) ألف تعريف ومصطلح، إضافة إلى (100) ألف من المترادفات والأمثال . ويضاف إلى هذا القاموس موسوعة قاموسية مختصرة تضم أكثر من (15) ألف مدخل وموضوع.

كذلك فإن هنالك موقع آخر لقواميس الشبكة العنكبوتية على الخط المباشر (A Web Online Dictionary)، يرتبط به أكثر من (600) قاموس إلكتروني، لأكثر من (150) لغة من لغات العالم، وعلى العنوان الإلكتروني الآتي:

(http://yourdictionary.com)

وهنالك موقع قواميس النظرة الواحدة (One Look Dictionary) الذي يقدم خدمة إلكترونية من خلال (509) قاموس، بلغات العالم المختلفة، وعلى العنوان الآتي:

(http://onelook.com)

3. الحوليات والكتب السنوية (Almanacs and yearbooks). فهنالك بضعة قواعد بيانات محوسبة تمثل بضعة أنواع من المراجع المحدثة معلوماتها سنوياً، مثل الكتاب السنوي والحقائق في العالم، والمعروف باسم (World Almanac and Book of Facts) ويشتمل على معلومات مقروءة وأخرى مصورة وفيديوية.

4. الأدلــة (Directories). وتشتمل على أكثر من (400) دليل للجمعيات والمنظمات المهنية في مختلف مناطق العالم، مثل دليل المنظمات الطبية الأوربية، الذي يشمل آلاف المنظمات الطبية وعناوينها وأنشطتها.

5. السير والتراجم (Biographies). كذلك فإن هنالك أكثر من قاعدة إلكترونية تعالج موضوع الشخصيات المعروفة في العالم، أو في مناطق جغرافية محددة، ومعلومات تفصيلية عن كل شخصية. ويطلق عليها اسم معلومات من هو ؟ (Who is who)

وهنالك قاموس التراجم (Biographical Dictionary) الذي يقدم معلومات عن حوالي (25000) شخصية، من الرجال والنساء لفترات

تاريخية مختلفة تمتد من العصور القديمة حتى الوقت الحاضر، ومن خلال الموقع الآتـي:

(http://www.s9.com/biography)

6. الأطالس والمراجع الجغرافية الإلكترونية، مثل أطلس الخط المباشر (Atlopedia Online) الذي تحتوي على خرائط طبيعية وسياسية ملونة لدول العالم المختلفة، ومن خلال الموقع الآتـي:

(http://www.atlapedia.com)

وهنالك مكنز جيتي للأسماء الجغرافية (The Getty Thesaurus of Geographical Names) الذي يشتمل على أكثر من موقع ومكان جغرافي، ومعلومات وافية عنها، من خلال الموقع الآتـي:

(http://www.ahip.getty.edu/vocabulary/tgn.html)

7. أنواع أخرى من المراجع الإلكترونية، كالإحصاءات السكانية، وبيانات الشركات، وقوائم الهواتف والعناوين، وفهارس الكتب، وقوائم المؤلفات أو الببليوغرافيات.

كذلك فإن هنالك مواقع إلكترونية عربية بدأت بتامين النشر الإلكتروني على الإنترنت، مثل موقع "الوراق". والذي هو من المواقع العربية المتميزة، يضم مجاميع من كتب التراث العربي، وأمهات الكتب في مجالات الفقه والعقيدة، وعلوم القرآن والحديث والتراجم. أما عنوان الموقع فهو:

)http://www.alwaraq.com(

المصادر المستخدمة في الفصل

(1) حمدي، أمل وجيه. (2007). المصادر الإلكترونية للمعلومات: الإختيار والتنظيم والإتاحة في المكتبات. القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

(2) رزوق ، رزق الله . حلم بناء خطوط عريضة لنقل المعطيات. مجلة المعلوماتي. ع 46 ، 1996

(3) السامرائي، إيمان. دور اختصاصي المعلومات في تقديم خدمات المعلومات المحوسبة في مكتبة جامعة قطر دراسة تقويمية. بحث مقدم الى/المؤتمر الرابع عشر لجمعية المكتبات المتخصصة/فرع الخليج العربي للفترة من 15-17 ابريل 2008 الدوحة –قطر

(4) الشامي، أحمد محمد وسيد حسب الله. (2001) . الموسوعة العربية لمصطلحات علوم المكتبات والمعلومات والحاسبات. القاهرة، المكتبة الأكاديمية.

(5) شاهين، شريف كامل . (2000). المصادرالإلكترونية للمعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات. القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

(6) قنديلجي، عامر إبراهيم . (2008) . البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات الالكترونية. طبعة ثانية ملونة. عمان، اليازوري،

(7) قنديلجي ، عامر وإيمان السامرائي . الدوريات الإلكترونية ماهيتها، وجودهاومستقبلها فى المكتبات العربية ، تاريخ الدخول 7\3\2008. متاح في

http://www.arabcin.net/arabiaall/1-2006/3.html

(8) قنديلجي، عامر وربحي عليان وإيمان السامرائي. (2009). مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية. عمان، دار اليازوري.

(9) Andreou،Andrea k. Providing electronic information sources to undergraduate students (Dissertation) Aberystwyth.University of Wales،2001 . Cited 9 April 2008.

http://eprints.rclis.org/archive/00005112/02/Andreou.pdf.

(10) Tedd، Lucy A. The electronic library. 3rd. ed. Eberystwyth: Department of Information and Library Studies، University of Wales Aberystweth، 1999

الفصل الثامن

الإنترنت: ثورة في مجال المعلومات الإعلامية

أولاً: الإنترنت وتطوراته استخداماته.

- **الإنترنت والشبكة العتكبوتية**
- **مستلزمات الإرتباط بالإنترنت**

ثانيــاً: اسـتخدامات وتطبيقات الإنترنـت

ثالثـــا: البيئة التكنولوجية المطلوب تأميتها.

رايعاً: الأمن الثقافي والإعلامي عبر الإنترنت.

خامساً: أستخدام الإنترنـت في المنطقة العربية

- **مستخدمو الإنترنت في الأقطار العربية.**
- **معوقات الإرتباط بالإنترنت في المنطقة العربية.**
- **تقويم مصادر المعلومات عبر الإنترنت**
- **المصادر المستخدمة في الفصل**

أولاً: التعريف بالإنترنت وبتطوراته استخداماته

الإنترنت Internet والشبكة العنكبوتية Web:

إبتداءاً لابد لنا من التأكيد بأنه ونتيجة لتراكم النتاج الفكري الإنساني، الثقافي والإعلامي وغيره، والمواد المطبوعة والمنسوخة، كماً ونوعاً، فقد أصبح من الصعب السيطرة على مثل تلك المعلومات ومصادر الورقية، وحفظها وإسترجاعها غدعند الحاجة، وتأمينها للباحثين وللمستفيدين، من الإعلاميين وغير الإعلاميين، وبالشكل المناسب الوافي والكافي، كماً ونوعاً. ومن هذا المنطلق فقد ظهرت الحاجة الماسة إلى تحول جذري وجديد في مجال تخزين ومعالجة المعلومات واسترجاعها. فجاءت الحواسيب الإلكترونية، في منتصف هذا القرن لتمثل مرحلة جديدة، بل وثورة جديدة في مجال التعامل مع المعلومات والمعارف. ثم تطورت الحواسيب، بأجيالها المختلفة، لتعكس لنا تحولاً جذرياً ومهماً باتجاه تخزين ومعالجة واسترجاع الكم الهائل من المعلومات. ولم يقف الأمر عند ظهور الحواسيب وتطورها المذهل السريع، بل انتقل عالم المعلومات والمعرفة إلى مرحلة جديدة، اعتبرها عدد من الكتاب بأنها لا تقل أهمية عن اختراع كوتنبرغ للطباعة، ألا وهي اكتشاف الشبكة العالمية المحوسبة العملاقة المعروفة بالإنترنت، لتمثل قمة التطور في مجال المعلومات والمعارف، واختطفت الأضواء، ولتعكس مرحلة جديدة في عالم المعرفة الإنسانية.

ولا نغالي في إذا ما ثلنا بأن الإنترنت أصبحت تعتبر أكبر مزود للمعلومات في الوقت الحاضر. حيث أنها تضم عدداً كبيراً من شبكات المعلومات المحوسبة الموزعة على مستويات مختلفة، محلية وإقليمية وعالمية، وفي مختلف دول ومناطق العالم. حيث يمكن لأي حاسوب، أو نظام محوسب، مزود بمعدات مناسبة سهلة الاستخدام، بالاتصال مع أي حاسوب في أي مكان من العالم، وتبادل المعلومات المتوفرة معه أو المشاركة فيها، مهما كان حجم معلوماته التي يمتلكها، أو موقعه، أو برامجياته التي يستخدمها، أو طريقة ارتباطه بالشبكة العالمية هذه. إن عدد وأشكال المصادر الناقلة للمعلومات، والموضوعات المتشعبة والمتداخلة التي تعكسها مثل تلك المعلومات، قد فرضت علينا اللجوء إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة كنتيجة حتمية لتأمين السيطرة على المعلومات وتهيئتها للباحثين والمستفيدين الآخرين بالسرعة والشمولية والدقة التي يتطلبها منطق العصر، ومن أية بقعة جغرافية في هذا العالم، الذي أصبح يتمثل بقرية صغيرة ينظر إليها الإنسان من خلال شاشة صغيرة، هي شاشة الحاسوب. ومن هذا المنطلق يمكننا النظر إلى شبكة إنترنت.

فالإنترنت، على أساس ما تقدم، هي عبارة عن مجموعة مفككة من ملايين الحواسيب الموجودة في آلاف الأماكن والموقع حول العالم، ويمكن لمستخدمي هذه الحواسيب استخدام حواسيب وشبكات محوسبة أخرى للعثور على معلومات أو التشارك في ملفات. ولا يهم نوع الحاسوب المستخدم، وذلك بسبب وجود ما يسمى بالبروتوكولات Protocols يمكن أن تحكم وتسهل عملية التشارك هذه عبر الإنترنت.

فهذه الشبكة العملاقة التي تضم ملايين الحواسيب المرتبطة مع بعضها في عشرات من الدول، تستخدم بروتوكول النقل والسيطرة وبروتوكول إنترنت الذي يرمز لهما (TCP/IP) لغرض تأمين الاتصالات الشبكية. لذا فإنها أوسع شبكات الحواسيب في العالم، بل وأنها شبكة الشبكات. فهي تزود المستخدمين بالعديد من الخدمات، كالبريد الإلكتروني، ونقل الملفات، والأخبار، والوصول إلى الآلاف من قواعد البيانات. كذلك فإنها تزودهم بخدمات الدخول في حوارات مع أشخاص آخرين حول العالم، وممارسة الألعاب الإلكترونية، والوصول إلى مكتبة إلكترونية كبيرة من الكتب والمجلات والصحف والصور وغيرها من المواد والخدمات. ويطلق عليها تسميات عدة، مثل الشبكة العالمية (World Net) أو الشبكة (The Net) أو العنكبوت (The Web) أو الطريق الإلكتروني السريع للمعلومات (Electronic Superhighway).

وحيث أن شبكة الإنترنت أصبحت أكبر مزود للمعلومات في العالم في الوقت الحاضر، فهي شبكة الشبكات، تضم عدداً كبيراً من شبكات المعلومات المحوسبة المحلية (Local Area Networks/LAN) أو الشبكات الواسعة (Wide Area Networks/WAN) الموزعة على مستويات محلية وإقليمية وعالمية، في مختلف بقاع ومناطق المعمورة. وتسمح شبكة إنترنت هذه لأي حاسوب، مزود بمعدات مناسبة سهلة الاستخدام، بالاتصال مع أي حاسوب في أي مكان من العالم، وتبادل المعلومات المتوفرة معه أو المشاركة فيها، مهما كان حجم معلوماته التي يمتلكها، أو موقعه، أو برامجياته، أو طريقة ارتباطه.

أما الشبكة العنكبوتية العالمية (World Wide Web/Web) نستطيع القول بأن الشبكة العنكبوتية، الشهيرة بتسمية (Web) هي لم تكن شبكة الإنترنت ككل، بل أنها جزء منها، ولكن هذا الجزء مهم وجوهري، حيث تشتمل عل بحوث ومعلومات مهمة وحديثة تقدر بأكثر من مليار صفحة. وعلى هذا الأساس فقد جاء دخول هذه الشبكة العنكبوتي إلى الإنترنت

وإندماجها بها توسع كبير في استخدام الشبكة العالمية للمعلومات. ويعود نجاح الشبكة العنكبوتية، المرتبطة بالإنترنت إلى أسباب عدة أهمها ما يأتي:

1. للشبكة العنكبوتية العالمية الفضل في استخدام تقنية لغة النص المترابط أو النص المتشعب، والمعروفة بإسم (Hyper Text Makeup Language) والتي يشار إليها اختصاراً (HTML). ويسهل النص التشعب عادة التنقل بين الصفحات والملفات المخزونة في مواقع مختلفة، بغرض الوصول إلى مختلف أنواع المعلومات المترابطة، وفق نظام يسهل على الباحث التشعب من خلال عدد من العبارات والكلمات المفتاحية المرتبطة مع بعضها، بشكل عنكبوتي، يسميها البعض الوصلات (Links) ، أو ما تسمى أحياناً بالنقاط الساخنة (Hot Points) ، والتي يمكن تمييزها عادة بلون حروفها المختلف عن بقية النصوص والعبارات. حيث يستطيع الباحث والمستخدم الضغط على المؤشر ، والنقر على السهم بواسطة الفأر (Mouse) للوصول إلى المعلومات المتوفرة عن هذه العبارات المميزة والربط بينها.

2. تأمين الوصول إلى المعلومات المسموعة والمرئية، كاللقطات الفيديوية والفلمية، والصور المتحرطة والثابتة، والرسومات، والمقاطع الصوتية، واللقطات الفلمية والفديوية، إضافة إلى النصوص. ومن هذا الاتجاه ظهر مصطلح النص المترابط للوسائط المتعددة (Hyper Media) ، في ضوء ما تؤمنه الشبكة العنكبوتية من هذا النوع من الخدمات.

3. تسهل استخدام تقنيات وفضاءات فعالة أخرى مثل ما يسمى ببروتوكول نقل الملفات (File Transfer Protocol/FTP) ، وخدمة قوائم المستعرض (Browser) المعروف باسم (Explorer) . وكذلك (Netscape) الذي يعرض واجهات الرسوم البيانية للشبكة العنكبوتية.

4. للشبكة العنكبوتية فضل في تسهيل النفاذ إلى معلومات الشبكة العالمية عن طريق خدمة ما يسمى (Mosaic) الذي يتضمن مختلف أنواع الخدمات المطلوبة من شبكة إنترنت، بطريقة سهلة، وباستخدام الفأر (Mouse) في البحث. كذلك لإغن الشبكة العنكبوتية عملت وتعمل على تسهيل الوصول إلى المعلومات بواسطة آلية نظام آخر يسمى غوفر (Gopher) عن طريق استخدام قوائم خيارات (Menu) رئيسية وفرعية. ثم بالإمكان قراءة مثل تلك المعلومات أو تحميلها وتفريغها (Download)

في حاسوب المستخدم، أو الحصول عليها مطبوعة بواسطة نظام البريد الإلكتروني.

مستلزمات الارتباط والعمل مع شبكة إنترنت:

هنالك عدد من متطلبات الأجهزة والمعدات والأمور الفنية والإدارية والمالية التي ينبغي معرفتها وتأمينها، بالنسبة للأفراد والمؤسسات التي تسعى إلى استثمار إمكانات شبكة إنترنت والارتباط بها، نلخصها بالآتي:

1.جهاز حاسوب وملحقاته:

يمكن استخدام حاسوب مايكروي (Microcomputer) أو ما يطلق عليه تسمية حاسوب شخصي (PC) للارتباط بالشبكة. ويفضل استخدام حاسوب من طراز بنتيوم (Pentium) الحديث، أو الطراز الذي هو أقدم منه قليلاً (486) نظراً لإمكاناتهما على مستوى الطاقات الاستيعابية، وسرعة المعالجة، والتعامل مع مختلف أنواع المعلومات ذات النصوص والأصوات والرسومات والصور، الثابتة منها أو المتحركة.

ويلحق بالحاسوب عادة، إضافة إلى الشاشة ولوحة المفاتيح، طابعة لطبع المخرجات والنتائج المطلوبة، وكذلك معدات استقبال الأصوات.

2. خط هاتفي ومودم (MODEM):

من الضروري تأمين خط هاتفي خارجي للإرتباط بالشبكة، يؤمنه عادة مزود الخدمة (Service Provider)، وكذلك المودم، ويسميه البعض جهاز تناغم أو معدل، الذي يقوم بتحويل الإشارات الرقمية (Digital) للحاسوب إلى إشارات تناظرية (Analog) يمكن إرسالها عبر خطوط الهاتف إلى الحواسيب الأخرى أو استقبالها منها. ويفضل أن يكون المودم بسرعة مقدارها (14،000) أو (9،600) على أقل تقدير. وقد فصلنا بشكل أكثر للمودم في الفصل الثاني من الكتاب.

3. حساب اشتراك مع إنترنت:

وهذا يتطلب اختيار مزود الخدمة (Provider) والاتفاق معه على ارتباطك، أو ارتباط مؤسستك، عبر خطه الهاتفي الخارجي. ومن ثم توقيعك عقد حسابات الاشتراك بالشبكة. لأن هنالك رسم اشتراك بالشبكة أولاً، كما

وأن هنالك بعضاً من خدمات الشبكة وتطبيقاتها لها تكاليفها المنصوص عليها عبر الشبكة نفسها.

4.اسم الدخول للمشترك وما يسمى بكلمة المرور أيضاً: (Login Name):

حيث يتعين على مزود الخدمة أو مجهز النظام القيام بتخصيص اسماً، كأن يكون إسمك أو أي إسم تختاره وتعرفه أنت، فضلاً عما يسمى بكلمة المرور (Pass Word) التي تشتمل على عدد من الرموز والحروف التي ينبغي عليك تذكرها دائماً عند فتح الكومبيوتر والتعامل مع الإنترنت، وبحيث يستطيع الحاسوب الذي تريد أن تتصل به من أن يتعرف عليك من خلالهما.

5. **البروتوكولات ، والتي هي عبارة عن مجموعة من القواعد والنظم والإجراءات المشتركة**

والمتفق عليها بين مختلف المجهزين التي تعمل شبكة إنترنت من خلالها، والتي تجعل الحواسيب تتحادث وتتبادل المعلومات مع بعضها. كذلك فإن البروتوكولات عبارة عن تحديدات وعن جسور منطقية تربط بين تكنولوجيات مختلفة، وتتحكم في عناصر الاتصال ذات العلاقة بتناقل وتبادل المعلومات. وبعبارة أخرى فإن البروتوكولات هي مجموعة من التحديدات والتعليمات التي توضح كيفية إرسال الرموز، وماهية المعلومات التي ينبغي أن تعطى كعنوان أو مفتاح، وطريقة تمرير الرسائل بالطرق المطلوبة. فهي إذن أشبه بنوتة الموسيقى التي تساعد مختلف العازفين في الفرقة الموسيقية على الإسهام بأدوارهم المطلوبة بالشكل الصحيح والمطلوب، كل حسب دوره.

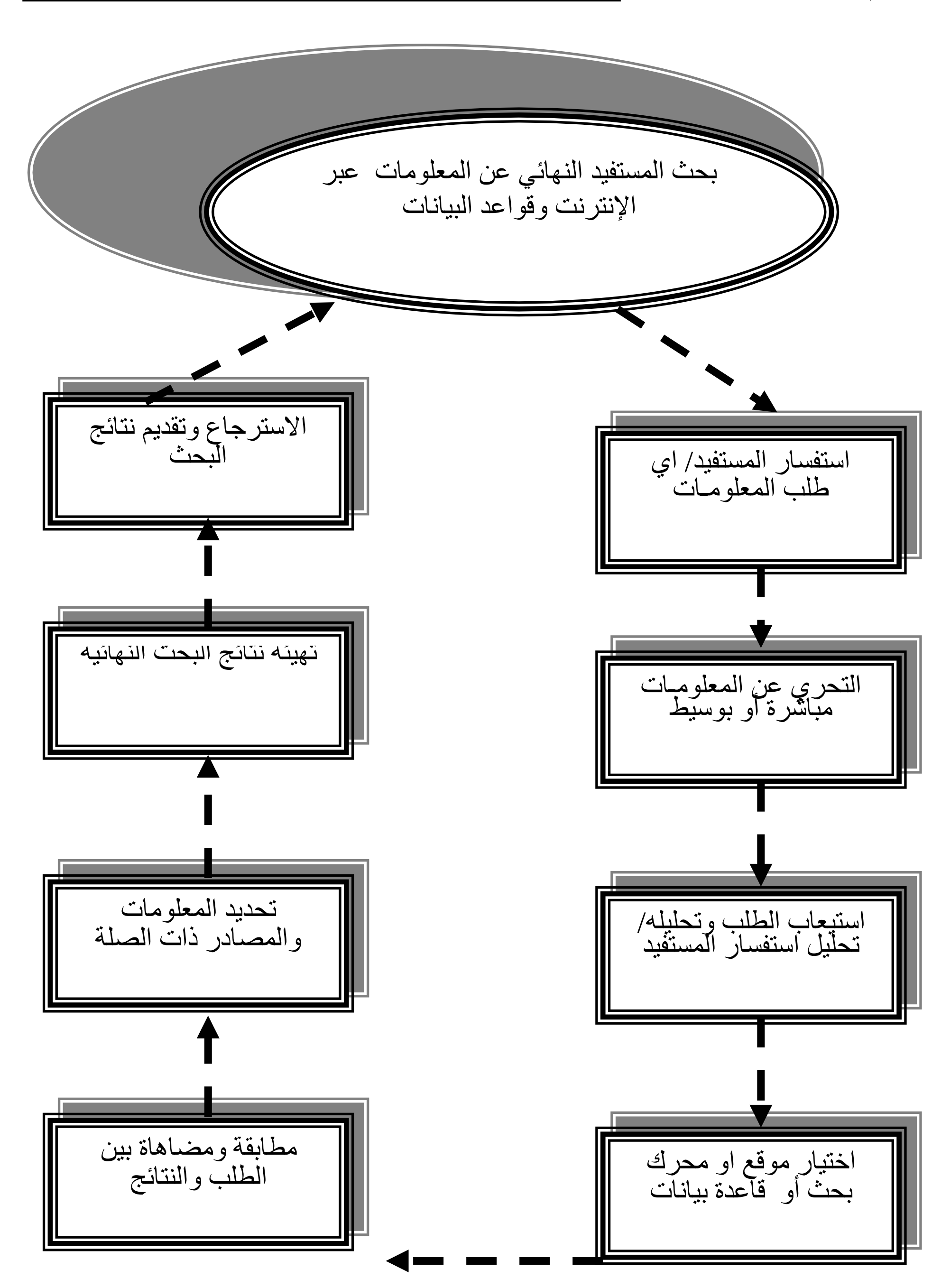
وبالإضافة إلى بروتوكول النقل والسيطرة وبروتوكول إنترنت (TCP/IP) فان هنالك مجاميع أخرى من النظم والبرامج والوسائل الأخرى المساعدة في الوصول إلى مختلف أنواع المعلومات، مثل الشبكة العنكبوتية المعروفة باسم (WWW) وآرشى (Archie) و غوفر (Gopher) وما شابه ذلك.

وعموماً، وعلى أساس ما تقدم فإننا نستطيع أن نحدد مكونات شبكة إنترنت العالمية بالآتي:

1. معلومات غزيرة موثقة، متلفة الأنواعه والأشكال والمجالات.
2. جهاز الحاسوب (Hardware) بمكوناته ومرفقاته المادية الأساسية والثانوية الإضافية المطلوبة.

3. البرمجيات (Software) التي تمثل الإيعازات المطلوبة لمختلف جوانب العمل.
4. وسائل اتصال، بمختلف أنواعها، وكذلك برنامج الاتصال.

ويعكس المخطط رقم (31) التالي تصوراً لخطوات وإستراتيجيات البحث عبر الإنترنت



المخطط رقم (31) تصور لخطوات البحث واستراتيجية البحث عبر الإنترنت

ثانياً:استخدامات وتطبيقات الإنترنت

هنالك عدد من الاستخدامات والتطبيقات التي يستطيع الباحث استثمارها عبر شبكة إنترنت، نستطيع أن نوضحها بالآتي:

1. البريد الإلكتروني (Electronic Mail)

البريد الألكتروني هو عبارة عن تقنية لتبادل الرسائل والوثائق بإستخدام الحاسب الإلي. وبعطي البعض أهمية إستثنائية لخدمات البريد الإلكتروني ويقولو أن لولا وجود البريد الإلكتروني لما يوجد النت، أي الإنترنت. وعلى هذا الأساس فإننا نستطيع القول بأن خدمات وتطبيقات البريد الإلكتروني هي من أهم وأوسع الخدمات انتشاراً عبر الشبكة العالمية، وتستخدم لأغراض مهنية وبحثية ووظيفية وشخصية مختلفة، ومن شرائح اجتماعية ومهنية متباينة، ومنهم العاملين في الحقول الإعلامية المختلفة، والباحثين الأكاديميين وغير الأكاديميين، على المستويات، وفي التخصصات المختلفة. فبينما يحتاج البريد التقليدي الورقي إلى كتابة أو طباعة رسالة، شخصية أو كانت مهنية أو رسمية، ومن ثم كتابة العنوان على غلافها وإيصالها إلى دائرة البريد، وتضمينها أية وثائق ملحقة، ومن ثم إرسالها إلى الجهة المعنية، ويستغرق البريد لإرساله بهذه الطريقة أيام عادة، تطول أو تقصر حسب المكان المرسل إليه. أما البريد الإلكتروني فلا يحتاج إلى كل هذه الجهود. فعن طريق حاسوب المستخدم يستطيع إرسال واستلام الرسائل بشكل سهل وسريع، وتضمينها أية وثائق أو ملفات ضرورية ومطلوبة. كذلك فان رسالة المستخدم يمكن أن تكتب مرة واحدة وتوزع المئات منها، إذا استدعى الأمر، إلى مئات من الجهات والأفراد الموزعين في مختلف مناطق العالم، عن طريق حواسيبهم المشاركة في الشبكة، وهذا ما يفيد الباحثين في توزيع الاستبيانات.

ومن المتعارف عليه إن كل مستخدم للبريد الإلكتروني، عبر شبكة إنترنت، يخصص له عنوانه البريدي الخاص به، وغير المتطابق مع أي عنوان آخر. ويشتمل عنوان المستخدم للبريد الإلكتروني عادة على العناصر الآتية:

أ. اسم تعريفي شخصي (Personal Identification)

ب. عنوان موقع المستفيد (Site Address)

ج. تعريف بنوع وصفة الموقع، تجاري، تعليمي... الخ. ومن أهم الرموز المستخدمة في هذا المجال ما يأتي:

edu وتعني مواقع الجامعات والكليات والمعاهد التعليمية

gov وتعني مواقع حكومية

int وتعني مواقع المنظمات الدولية

org وتعني مواقع المنظمات ذات النفع العام

com وتعني مواقع تجارية وشركات

mil وتعني مواقع مؤسسات عسكرية ...وهكذا

وعلى هذا الأساس فإنه يستطيع الباحثون والمشاركون في خدمة البريد الإلكتروني التراسل في مجالات مهنية متعددة، أو بالأحرى استثمار الإنترنت من قبل الباحثين، بمحتلف مستوياتهم وإتجاهاتهم البحثية، وخدمة البريد الإلكتروني منه، في جوانب بحثية عدة، يمكننا أن نوجزها بالآتي:

أ. الإتصال بالزملاء الإعلاميين والأفراد والمؤسسات وتبادل المعلومات والآراء معهم، بشكل سريع، يمكن أن يكون متزامن، وبلغات متعددة، ومنها لغتنا العربية.

ب. يستطيع المستفيد من خدمة البريد الإلكتروني فتح الرسائل التي تصل إليه وقراءة محتوياتها .مع إمكانية ارسال واستقبال مرفقات الرسالة من ملفات ودراسات، وصور، وفيديو . وهكذا يكون بالإمكان إرسال الوثائق المطلوب إلحاقها بالرسائل، أو استلام الوثائق المطلوب استلامها. ويتم ذلك عن طريق تأمين مثل تلك الوثائق إلكترونياً وارسالها كملحق (Attachment) .

ت. بالإمكان إرسال الرسالة الواحدة عبر البريد الإلكتروني إلى عدة أشخاص، وبغض النظر عن أماكن تواجدهم، في وقت متزامن واحد.

ث. الإشراف على الرسائل الجامعية للباحثين على المستويات الأكاديمية والعلمية المختلفة. حيث أنه لا يستوجب المشرف في نفس المدينة أو البلد الذي يكون فيه الباحث موجوداً. مثل إمكانية قيام أحد أساتذة الجامعات في إحدى دول العالم كالمملكة المتحدة من الإشراف على

رسالة دكتوراه أو ماجستير في دولة أخرى من الدول النامية، مثل ماليزيا أو الأردن.

ج. إمكانية القيام بإعداد وكتابة بحوث مشتركة، بين باحثين أو أكثر تفصل بينهما مسافات جغرافية متباعدة،

ح. التحضير لعقد ندوة علمية أو مؤتمر علمي، وتبادل الأوراق والبحوث أو إحالتها إلى خبراء، كل ذلك يجري عبر مسافات جغرافية متباعدة، ومن خلال حواسيب المستخدمين المرتبطين بإنترنت. إضافة إلى إنجاز معاملات سفر باحثين وطلبة والتحاقهم بالجامعة، أو غير ذلك من المعاملات والمراسلات المهنية والبحثية والحياتية المطلوبة.

خ. كتابة البحوث المشتركة. حيث يستطيع باحثان أو أكثر كتابة بحث أو كتاب مشترك، باتفاق مسبق (وعن طريق البريد الإلكتروني أيضاً) ثم كتابة مسودات البحث أو فصول الكتاب وتبادلها فيما بينهم. وبعد إنجاز البحث أو الكتاب يمكن الاتفاق مع ناشر أو جهة علمية لقبول ونشر البحث أو الكتاب، إلكترونياَ.

2. النشر الإلكتروني (Electronic Publishing)

هنالك آلاف الصحف والمجلات والمراجع والكتب وبراءات الاختراع والتقارير الفنية وغيرها من مصادر المعلومات التي تنشر إلكترونيا على الشبكة، وبمختلف اللغات، وهي في تزايد مستمر. وإن الفرق الأساسي بين الشكل الورقي التقليدي والشكل الإلكتروني –عبر إنترنت- هو الكلف المالية العالية للأشكال الورقية، التي تشتمل على الطبع والنشر والتسويق والتوزيع وغير ذلك من الأمور المكلفة مالياً، وكذلك المكلفة من حيث الوقت الذي تستغرقه المطبوعات الورقية حتى وصولها إلى المستفيدين.

ومن المعروف أن ميزانيات شراء واقتناء الكتب والمجلات والصحف والمواد الثقافية والإعلامية الأخرى، في المكتبات ومراكز البحوث والمعلومات هي محدودة، في مختلف دول العالم، حتى في الدول الصناعية والدول الغنية. كذلك فإن تلك المكتبات التي يتوفر بها عدد جيد من هذه المواد فإنها تعاني من ضيق في أماكن الحفظ والتخزين، وبطئ ومعاناة في استرجاع معلوماتها. وبالرغم من أن الإحصاءات تشير إلى أن كمية الورق المستخدم في نشر الكتب والمجلات والصحف والمواد المطبوعة الأخرى لو تم فرشها على الأرض لغطت كوكبنا الأرضي سبع مرات. وهذا رقم مخيف لو تمعنا به ولو فكرنا بكميات المواد الأولية، من جذوع الأشجار وغير ذلك من المواد والمستلزمات التي يحتاجها الإنسان في صناعة الورق. وهذا ما

يدعونا إلى الاستعانة بالتكنولوجيات الحديثة التي تستطيع أن تعوضنا عن جزء مهم من هذا الكم الهائل من المطبوعات الورقية. فقد جاءت حقبة استثمار المصغرات الفلمية والبطاقية (المايكروفلم والمايكروفيش) للتخفيف من وطأة استخدام الكم الهائل من مصادر المعلومات ذات الأصول الورقية، ثم جاء دور الخزن الإلكتروني بواسطة الحواسيب الإلكترونية، ذات الإمكانات الهائلة في التخزين والاسترجاع. وبعد ذات برز دور الأقراص المكتنزة الليزرية، التي يؤمن القرص الصغير الواحد منها تخزين المئات من الكتب وعشرات الألوف من الوثائق الورقية. ومع كل هذا وذاك فإننا نستطيع القول بأن الكتاب بشكله الورقي، لن ينقرض، وهو باق معنا لفترات أخرى قادمة، إلى جانب الأشكال الإلكترونية والليزرية من الأصول الورقية.

وعلى أساس ما تقدم فإن فائدة النشر الإلكتروني للباحثين عديدة، منها:

أ. التعرف على المقالات والدراسات والبحوث المنشورة في آلاف الدوريات العلمية والبحثية المحكمة، التي تنشر إلكترونياً عبر الإنترنت، في مناطق العالم المختلفة، وبلغات متعددة، وخاصة اللغة الإنكليزية. ومن ثم حصر المقالات والدراسات المطلوبة للباحث، عن طريق البحث البسيط بالموضوعات أو الكلمات المفتاحية أو العناوين أو المؤلفين، وكذلك عن طريق البحث المركب باستخدام المنطق البولياني (Boolean Logic) لتضييق البحث، باستخدام الأداة (و/and) وكذلك الأداة (لا/not) أو لتوسيع البحث باستخدام الأداة (أو/or) وغير ذلك من الوسائل والأدوات التي تسهل الدقة في تحديد المعلومات المطلوبة. إضافة إلى ذلك فإنه بالإمكان الوصول إلى النصوص الكاملة للمقالات والبحوث المطلوبة، وتفريغها (Download) في حاسوب الباحث المستخدم، ومن ثم تخزينها في ذاكرة الحاسوب، أو طباعتها على الورق، أو نقلها على قرص مرن.

ويستطيع الباحث الدخول إلى مواقع الدوريات (أنظر مواقع الدوريات في الفصل القادم من الكتاب)

ب. الحصول على المعلومات المرجعية، والحصول على إجابات لاستفسارات الباحثين. فقد يحتاج الباحث التعرف على معلومات أساسية عن موضوع محدد في موسوعة، أو يحتاج لمعلومات عن مؤسسة أو منظمة معينه في أدلة المؤسسات، أو معلومات جغرافية وخرائط في المراجع الجغرافية والأطالس، أو معاني وتفسيرات واشتقاقات الكلمات

في المعاجم والقواميس (أنظر مواقع المصادر المرجعية في الفصل القادم)

ت. وعلى أساس ما تقدم فإن مكتبة "إنترنيـت" الافتراضية تستطيع أن تقدم عدد كبير من الخدمات والمعلومات والمواد التي تعجز عن تقديمها أكبر مكتبات العالم، إلى الباحثين وإلى مختلف شرائح المجتمع. فمن الممكن تصفح وقراءة أكثر المئات من المجلات والدوريات الإلكتروني المتوفرة على الشبكة، إضافة إلى عدد كبير من الصحف، تصدر في العديد من دول العالم، وبمختلف اللغات، ومنها اللغة العربية. كذلك الحال بالنسبة إلى قراء الكتب فهنالك العديد من عناوين الكتب إلكترونية بإمكان مستخدم شبكة إنترنت الوصول إليها من خلال أسم المؤلف أو عنوان الكتاب أو رقم التصنيف ... الخ

3. خدمات نقل أو تحميل الوثائق والملفـات

ويتم ذلك عبر بروتوكول نقل الملفات (File Transfer Protocol/ FTP) حيث تحتاج أحياناً الارتباط بالشبكة من أجل التفتيش عن وثيـقة (أو مجموعة وثائق) ومن ثم تفريغـها (Download) في حاسوبك. ومن الممكن الارتباط بهذه الخدمة بسهولة، عن طريق تعبئة استمارة إلكترونياً والتعريف بموقعك. وهذا ما أشرنا إليه في الفقرة السابقة.

4. المجموعـات الإخبـارية والنقاشية (News Group)

تضم عشرات الآلاف من مجموعات نقاشية، لإعلاميين وباحثين آخرين، باتجاهات ومواضيع واهتمامات مختلفة، يتحاورون، ويسألون ويجيبون، عن موضوعات سياسية وعلمية وطبية ودينية واجتماعية واقتصادية ومهنية أخرى متباينة. وهذه المجموعات في نشاط مستمر وحركة دائمة. حيث أن هناك موضوعات جديدة تستحدث، وأخرى يقرر أفرادها إلغاءها، ومجموعات أخرى تنقسم إلى مجموعات أصغر، وأكثر تخصصاً، وهكذا. وان المعلومات والمناقشات الدائرة بين أفراد المجموعة الواحدة لا ترسل عادة إلى أي من العناوين الإلكترونية البريدية، كما هو الحال مع البريد الإلكتروني، بل توضع في مكان مخصص للمجموعة على الشبكة يسمى بخدمة الأخبار (News server) بحيث يستطيع أي من الأفراد المشتركين في المجموعة الدخول إليها وقراءتها والتعليق عليها، وهكذا.

ويشترك في هذه المجاميع العديد من العلماء والباحثين والمتخصصين اللذين يتبادلون المعلومات القيمة ووجهات النظر...

فالمشارك أو المحاور يبحث أولاً عن المحور أو الموضوع الذي يثير اهتمامه، من قائمة الخيارات التي تظهر له في بداية البحث، فهنالك موضوعات رئيسية كالموضوعات سياسية تحت المصطلح (.Pol) وعلمية (.Sci) واجتماعية (.Soc) وموضوعات وهوايات أخرى مختلفة. ثم يذهب إلى خيارات المستوى الثاني أو الثالث حتى يصل إلى موضوعه الدقيق المطلوب، لينظم إلى مجموعته. وتستحدث مجاميع جديدة بين فترة وأخرى، وتلغى مجاميع باستمرار، وهكذا. وبمشاركتك مع أية مجموعة تختارها فإنك ستحصل على مقالات تهمك، وأن ترد أو تعلق على مثل هذه المقالات. أو أن تضع مقالة خاصة بك على موقع المجموعة. ويمكنك الارتباط بالمجموعة التي تختارها عبر ومتصفحات عدة مثل موزايك (Mosaic)..

التسجسل والتدريس عبر الجامعات المفتوحة وممارسة التعلم عن بعد

فللجامعة المفتوحة (Open University) والتعليم عن بعد (Teleeducation) نمط تعليمي جديد في نظامه وطرائق تدريسه وأساليب إدارته وبرامجه، وهي نظام تعليمي لا يخضع إلى إشراف مباشر من قبل التدريسيين من خلال تواجدهم الفعلي مع الطلبة، ويعتمد نظامها على كافة الوسائط والتكنولوجيات التي يتم التعليم من خلالها عن بعد. والجامعة المفتوحة نظامها غير شائع في منطقتنا العربية، على الرغم من مزاياه العديدة، ومواكبته للتطورات لتكنولوجيا التعليم والمعلومات والاتصالات المعاصرة، وكذلك شيوع استخدامه في عدد كبير من دول العالم. فهو معروف ومستخدم في دول عدة، مثل ألمانيا وكندا وأسبانيا والمملكة المتحدة منذ ما يقرب من ربع قرن.

ومما هو جدير بالذكر إن الدراسات التي أجريت في العديد من دول العالم قد أشارت إلى الترابط الوثيق بين تطور قطاع التربية والتعليم والبحث العلمي، من جهة، وبين التكنولوجيات المختلفة المستخدمة في مجال المعلومات والتعلم ومنها الإنترنت، من جهة أخرى. وعلى هذا الأساس فإن قطاع التعليم، سيعتمد في العديد من جوانبه على مثل هذه الشبكات، ومنها الشبكات المحلية والداخلية للمؤسسة أو المنطقة الواحدة، والتي يطلق عليها (LAN) أو الشبكات الواسعة للمناطق المتباعدة، والتي يطلق عليها (WAN) أو حتى الشبكات الدولية على مستوى الإنترنت . ومن هنا يأتي دور الجامعة

المفتوحة، والتي هي جزء مما يطلق عليه التعليم عن بعد أو التعليم المفتوح، والذي ستكون له أهميته الخاصة، في العديد من دول العالم ومنها الأقطار العربية . وهذا ما يتوقعه العديدون من المهتمين في هذا المجال في فترة العقود القادمة والتي ستكون امتداداً لعصر ثورة المعلومات والاتصالات وتكنولوجياتهما المختلفة المعروفة حالياً، أو التي ستعرف لاحقاً نتيجة للتطورات الهائلة التي يعيشها العالم في هذه المجالات.

وإن ما تؤكده الدراسات والمنظمات العربية والأجنبية المهتمة في هذا المجال، ومنها المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (أليكسو) ومنظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) لهو دليل على أهمية التعليم عن بعد أو التعليم المفتوح. حيث تشير العديد من تلك الدراسات إلى ضرورة الاهتمام والتركيز على هذا النمط من التعليم، إلى جانب التعليم الحضوري التقليدي الحالي والجامعات والمعاهد التقليدية المتعارف عليها في الوقت الحاضر.

وتشير بعض التقديرات إلى أن بعض جامعات ومعاهد التعليم المفتوح (عن بعد) تمكنت من تحقيق نتائج مذهلة، ومتفوقة أحياناً، على النظام الحضوري، وذلك نتيجة لتطور منهجيات التدريس والتعليم عن بعد، وتعميق الوعي العلمي للطالب من خلال التقنيات والأجهزة والآليات الخاصة بالتدريب والتعليم، والمدعمة بالصوت والصورة والرسوم المتحركة والبيانية، والمحاضرات التي تستخدم كل هذه الوسائل والتقنيات عن بعد. وهذا يشمل مختلف أنواع التخصصات والمعارف. والأهم من ذلك فأنه – أي التعليم المفتوح عن بعد - يمكن أن يركز على متابعة الدروس والمواد العلمية الدقيقة المرتبطة بالتخصصات النادرة، والتي لا تتوفر إلا في كفاءات محلية أو عالمية قليلة، غير قابلة على التنقل والحضور إلى كافة الجامعات والمعاهد المعنية. وتستطيع مثل هذه الكفاءات أن تؤمن وتقدم إمكاناتها عبر تقنيات الاتصال عن بعد، وشبكات المعلومات، في إطار التعليم المفتوح والجامعة المفتوحة.

إضافة إلى ذلك وإلى جانب ندرة بعض التخصصات العلمية المطلوبة، فإن البعد الاقتصادي له أهميته وجدواه في التعليم المفتوح والجامعة المفتوحة. فقد أشارت بعض الدراسات إلى أن الكلف السنوية للمتعلم والدرس الواحد قد لا تمثل سوى (30 %) من تكاليف النظام الحضوري المعمول به في أكثر، بل ويكاد يكون في جميع، مؤسساتنا التعليمية المحلية والعربية. هذا إذا ما أخذ في الاعتبار حقيقة أن التعليم المفتوح (عن بعد) قد يكلف مبالغ كبيرة في بداية تعميمه أو العمل به، نظراً للحاجة إلى تأمين المستلزمات الفنية والإدارية والتقنية المطلوبة، ولكن مثل

هذه الكلف سرعان ما تأخذ بالانخفاض، خاصة بعد الزيادات التي ستطرأ على الطلبة المسجلين ومشاركتهم في تحمل أعباءه ونفقاته المالية.

ويبدو أمر التعليم المفتوح والجامعة المفتوحة أمر في غاية الأهمية بعد أن أصبحت مؤسساتنا التعليمية والجامعية غير قادرة على استيعاب الأعداد المتزايدة من الطلبة، فضلاً عن الحاجات المتزايدة إلى فتح فروع جامعية في العديد من المدن والمناطق، التي لا تتوفر فيها الطاقات البشرية المدربة وذات التأهيل العالي، في العديد من التخصصات العلمية والأكاديمية.

وهنا يأتي دور بناء واستثمار طاقات وإمكانات شبكات المعلومات المحوسبة المحلية، أو شبكة إنترنت (Internet) الدولية في عملية التعليم المفتوح والجامعة المفتوحة، لما تمثله مثل هذه الشبكات من تسهيلات فنية وتقنية مهمة وعالية.

6. تسويق الكتب والمواد الثقافية والإعلامية والعلمية عبر شبكة إنترنت.

لابد من التذكير أولاً بأن خدمات وتطبيقات شبكة المعلومات المحوسبة الدولية "إنترنت" قد أصبحت تتعامل مع مختلف أنشطة ومجالات الحياة، الثقافية منها والعلمية والاجتماعية والحياتية اليومية الأخرى، وهو ما تهتم به المكتبات ومراكز المعلومات المعاصرة. فعلى الرغم من التحفظات والتخوفات، المشروعة منها أو عير المشروعة، من استخدام هذه الشبكة العملاقة، إلا أننا لابد وأن نعترف بفضلها في تقديم خدمات معلومات مهمة، كتلك المطلوب تقديمها من قبل المكتبات والمراكز الثقافية والإعلامية، بمختلف أنواعها ومسمياتها.

وهنالك موقع على شبكة إنترنت يعرض أمام مستخدمي الشبكة معلومات عن ما يقرب من مليونين ونصف المليون من الكتب الورقية المتنوعة في موضوعاتها ولغاتها. ويحمل هذا الموقع اسم مخزن كتب أمازون (Amazzon Book Store) ، ويعتبر هذا من أكبر المواقع المتخصصة بتسويق الكتب بشكلها التقليدي الورقي. ومن الممكن البحث إلكترونياً، عبر حاسوبك المشارك في الشبكة،عن أي كتاب أو مجموعة كتب متوفرة، وبعدد من الطرق، منها البحث بواسطة اسم المؤلف، أو عنوان الكتاب، أو الموضوع الذي يعالجه، أو رقم تصنيفه، أو أية كلمة دلالة أخرى. إضافة إلى أن هذا الموقع يتيح للمستخدم أن يستخدم طرق بحث متقدمة، مثل التعرف

على الكتب المنشورة باللغة العربية في موضوع محدد من الموضوعات، وهكذا.

وعلى أساس ما تقدم فإننا يجب أن نكون حذرين في استخدام عبارات مثل أن عالم الغد هو عالم اللاورق أو بدون ورق (Paperless Society) لأن بعضاً من مصادر المعلومات الورقية، على الأقل، هي باقية معنا، إلى جانب الأشكال الأخرى، التي ذكرنا بعضاً منها، وذلك لأسباب عدة، لا علاقة لها بالتقدم والتأخر الحضاري والتقني. فهي أسباب نفسية وشخصية واعتبارية ، يعترف بها العديد من الكتاب، في مجتمعات الدول الصناعية والدول النامية على حد سواء.

7.الدخول إلى فهارس المكتبات العالمية الشهيرة.

مثل مكتبة الكونكرس الأمريكية، والمكتبة البريطانية، ومكتبة الإسكندرية، ومكتبة الملك فد في المملكة العربية السعودية، وغيرها من مكتبات دول العالم. حيث يستطيع الباحث التحري عن مجموعات هذه المكتبات، وحتى الدخول إلى محتويات عدد من مجاميعها وتصفح محتوياتها. فهنالك العديد من شبكات المعلومات البحثية الأكاديمية وغير الأكاديمية المحوسبة، على المستوى الإقليمي، في مناطق العالم المختلفة، والتي ارتبطت بشبكة إنترنت، وجعلت معلوماتها متاحة للمستخدمين الآخرين على الشبكة من مختلف مناطق العالم

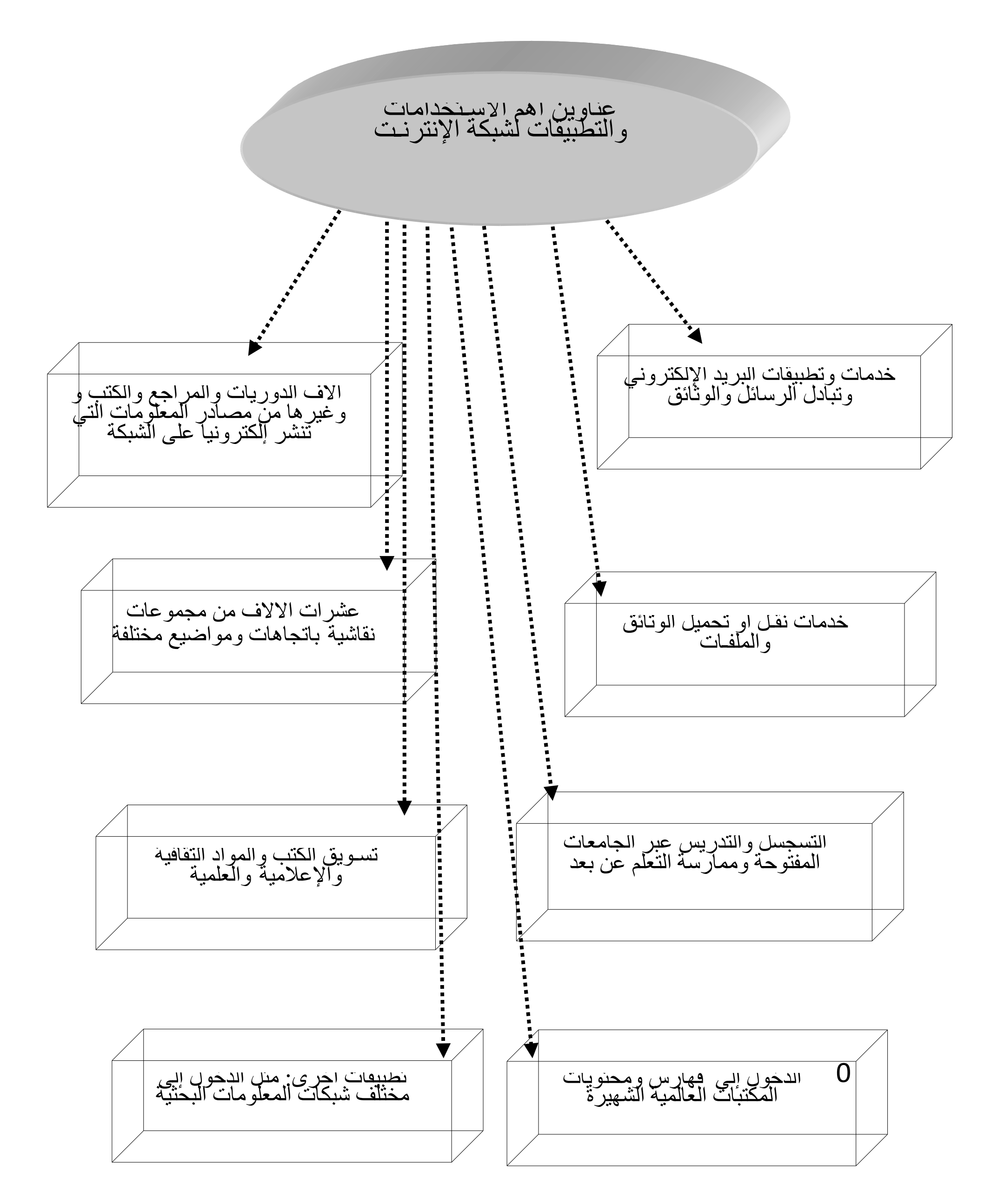
8. تطبيقات أخرى: مثل الدخول إلى مختلف شبكات المعلومات البحثية، ،

ومن أهمها، على سبيل المثال لا الحصر، الشبكة الأكاديمية الموحدة في المملكة المتحدة والمعروفة باسم جانيت (The Joint Academic Networks in UK / JANET) وشبكة البحوث الأكاديمية الأسترالية (The Australian Academic Research Network/AARNET) وشبكة البحوث الهولندية (SURFNET) وشبكة (OCLC) الأمريكية الشهيرة، وغيرها من الشبكات.

كذلك فإنه من الممكن الدخول على فهارس المكتبات العالمية الكبرى، مثل مكتبة الكونغرس، والتعرف على محتوياتها من الكتب والمواد الأخرى.

وهنالك أيضاً **الاتصال والارتباط بالحواسيب (Telnetting) ، و**وذلك من أجل الوصول إلى برنامج معين أو قواعد معلومات محددة، لأن هذا النوع من الارتباط يمكن المستخدم من الوصول إلى بنوك معلومات مثل دايلوك (Dialog) وداتا ستار (DataStar)

وكذلك **تطبيقات أخرى.** حيث تتم مختلف أنواع التعاملات التجارية، وعقد الصفقات، والإعلان عن البضائع والمنتجات، والتبضع والشراء ...عن بعد، والذي قد يهم أنشطة المكتبات ومراكز المعلومات بشكل مباشر. و**الترفيه** كسماع الموسيقى، والتمتع بمشاهدة تسجيلات الفيديو والبرامج التلفزيونية، والتجول في المتاحف والمعارض العالمية، وقراءة الصحف والمجلات والكتب الإلكترونية. وكذلك عقد المؤتمرات المشتركة عن بعد، والاتصالات الهاتفية، وإرسال نصوص بالفاكس وغير ذلك من الاستخدامات والتطبيقات اليومية والحياتية



مخطط رقم (32) خلاصة لأهم الإستخدامات والتطبيقات على شبكة الإنترنت

ثالـثاً:البيئـة التكنولوجيـة المطلوب تأمينها للإنترنت

هنالك أولاً حقيقة لابد من إعادة التأكيد عليها، وهي أن عصرنا الذي نعيشه اليوم، والذي هو عصر المعلومات الإعلامية، أو كما يحلو للبعض تسميته بعصر الثورة الإعلامية والمعلوماتية .وهذه وتلك حقيقة تنعكس بما تتضمنه المعلومات الإعلامية وتكنولوجياتها المختلفة، والمعارف التكنولودية الجديدة، أو المتجددة، المستحصلة منها من تطورات وتغيرات إيجابية، في معظمها، على مجمل حياتنا البشرية.

وهنا يأتي دور ضرورة تأمين البيئة التكنولوجية التي هي في مجملها عبارة عن مجموعة العناصر البشرية، المتفاوتة المهام والاختصاصات، والدرجات الوظيفية، والقناعات، والكفاءات العلمية المتفاعلة فيما بينها، وفق منظومة مهنية أو إدارية، لإنجاز مهام محددة .وبعبارات أوضح فان البيئة التكنولوجية، التي نحن بصددها هنا، هي البعد الإنساني للتطبيقات التكنولوجية المتعددة في المؤسسات المختلفة، وتفاعل الإنسان، وقناعته، ومدى تقبله للتغييرات التكنولوجية الجديدة.

وفي ضوء ما ذكرنا فإنه تبرز مظاهر البيئة التكنولوجية، التي أفرزت لنا الإنترنت وتشعباته المتددة، بعناصرها المختلفة المذكورة، وفي ردود فعل متباينة، مثل:

أ. البيئة الإعلامية والفكرية والثقافية الجديدة.

ب. البيئة الاجتماعية. الجديدة.

ج. البيئة السياسية الجديدة.

ح. البيئة الاقتصادية الجديدة.

حيث ان تكنولوجيا الحواسيب والتكنولوجيات الأخرى المصاحبة والمكملة لها، والتي أوجدت لنا شبكة الإنترنت بكل تشعباتها ومعطياتعا الإعلامية الجديدة، جعلت العديد من المجتمعات تعيش بيئة اجتماعية ووظيفية معقدة، نوعما .فهنالك تناقضات وتعقيدات وانفصامات، إيجابية وأخرى سلبية فمن انبهار وتحمس شديدين، واندفاع نحو هذا النوع من التكنولوجيا من جانب البعض، إلى مقاومة شديدة مستمرة أو مقاومة متقطعة أحيانا من جانب البعض الآخر .كذلك فإن هنالك إعجاب متباين في درجاته، بين الإعجاب الشديد، والإعجاب المتوسط، أو حتى قناعة مشوبة بالحذر من جانب، يقابله تخوف وتردد من الجانب الآخر، وهكذا.

وعلى الرغم من أن أكثر أفراد المجتمع، إن لم يكن جميعهم، معنيون بموضوع البيئة التكنولوجية، إلا أن مجال حديثنا هنا هو ما يتعلق بالحوسبة والتكنولوجيات المصاحبة الأخرى المستثمرة، أو التي ينبغي أن تستثمر في النشاطات التعليمية والثقافية والإعلامية المختلفة، كالجامعات والمؤسسات الأكاديمية والتعليمية والثقافية المختلفة، ومراكز البحوث والمكتبات ومراكز المعلومات الأخرى .لذا فإننا نستطيع أن نحدد الشرائح المعنية بالبيئة التكنولوجية بالإدارات العليا والإدارات المباشرة للمؤسسات المعنية بالتغيير الجديد، من جهة .والمستخدمون والمستفيدون النهائيين من خدمات هذه المؤسسات كالطلبة، بمختلف مستوياتهم التعليمية، وهيئات التعليم، والباحثين الآخرين، من جهة أخرى .ومن ثم إختصاصيو الحواسيب وتكنولوجيا المعلومات، بمختلف توجهاتهم الهندسية أو البرمجية .من جهة ثالثة . وإختصاصيو جمع وتحليل وتنظيم وتوثيق البيانات والمعلومات المطلوبة للنظم الحاسوبية، من جهة رابعة .أضف إلى كل هؤلاء الموظفون المساعدون الآخرون المعنيون بالتعامل مع إدخال البيانات .

ولكي نقلص من هذه الفجوات بين المتحمسين والراغبين في التغيير والتطوير، هذا التغيير الذي أصبح ضرورياً ومطلوباً، وبين المتحفظين والمعارضين له، لا بد لنا من إيجاد صيغ عملية مقبولة، ولابد من وضع خطط مدروسة تجنب المؤسسات المقبلة على هذا التغيير التكنولوجي الإيجابي المطلوب من احتمالات الفشل، أو العجز عن تقديم أفضل الخدمات والعطاءات التي تؤمن إدامة التحمس وإدامة الرغبة في التغيير والتطوير، وتجنب مثل تلك الإخفاقات والفشل .ومن أهم هذه الصيغ المطلوبة والخطط المدروسة تأمين وإيجاد طريقة فعالة للتعاون والتفاعل بين اختصاصي الحواسيب وتكنولوجيا المعلومات، من جهة، واختصاصي جمع وتنظيم المعلومات، من جهة أخرى .ومن ثم بينهما وبين المستخدمين والمستفيدين، سواء كان هؤلاء المستفيدين هم أصحاب الشأن في الإدارة العليا للمؤسسات المعنية بالتغيير الجديد الذي رافق عصر ثورة المعلومات وتكنولوجياتها المختلفة، أو هم من الشرائح الأخرى المستفيدة، وذلك تحقيقاً لأفضل أنواع خدمات المعلومات الآنية والمستقبلية لهم جميعاً .وقد نجحت العديد من الدول المتقدمة في هذا المجال إلى حسم مثل هذا الموضوع، وأوجدت صيغ معقولة للتعاون والتفاعل بين هذه الجبهات الثلاثة، لكنه بقي قيد الجدل أحياناً، والغموض في أحيان أخرى، في العديد من الدول النامية ومنها بلداننا العربية.

فإختصاصيو الحواسيب والتكنولوجيا المصاحبة، سواء المعنيين منهم بالأجهزة والمكونات المادية (Hardware)أو المعنيين بالبرامجيات (Software) والنظم (Systems)لهم دورهم المميز والمهم في استثمار إمكانات ثورة الحواسيب المعاصرة، التي شملت كل نواحي الحياة المعاصرة .إلا أنهم من جانب آخر بحاجة ماسة إلى التعاون مع اختصاصي جمع وتنظيم وتوثيق المعلومات، هؤلاء المعنيين بجمع البيانات والمعلومات من مصادرها وأوعيتها المختلفة ومن ثم تهيئتها عن طريق التصنيف والفهرسة والترميز وإعداد الواصفات (Descriptors)المطلوبة لها، بشكل يسهل استرجاعها من بين الكم الهائل من البيانات والمعلومات المخزونة في النظم الحاسوبية .وبذلك يستطيعون الوصول إلى تحقيق هدف مهم في هذا المجال، هو تأمين المعلومات المناسبة والدقيقة والمطلوبة، للمستفيد المناسب، في الوقت المطلوب والمناسب ...

كذلك فإنه من المعالجات الأخرى المهمة الأخرى التي تجنبنا احتمالات الفشل، أو العجز عن تقديم أفضل الخدمات والعطاءات، وتؤمن إدامة التحمس وإدامة الرغبة في التغيير والتطوير، إيجاد نظام اتصالات وإعلام جيد يهدف إلى إقناع المستفيدين في الإدارات العليا لضمان دعمهم وإدامة تحمسهم للتغيير المطلوب .وكذلك التهيئة النفسية وإيجاد شعور بالرضا عند العاملين في المؤسسة، لتأمين التعامل مع المستفيدين في إطار التغييرات الجديدة .ويتم ذلك عبر قنوات الاتصال المتعددة الشفهية منها أو المكتوبة والمطبوعة.

من جانب آخر فإن التدريب والتأهيل، بغرض كسر حاجز الخوف، عند العاملين أو المستفيدين على حد سواء، وتهيئتهم للتأقلم مع البيئة التكنولوجية الجديدة، هو أمر مهم في مثل تلك المعالجات.

رابعـــا: الأمن الثقافي والإعلامي عبر الإنترنت

من المتعارف عليه أنه يعتبر الأمن الثقافي والإعلامي لأي بلد ولأية أمة غاية في الأهمية وغاية في الحساسية، وذلك في ضوء اعتبارات وطنية وقومية مفادها أن الثقافة الوطنية والقومية والإعلام الوطني والقومي تعتبر الهوية التي يعرف بها ذلك البلد، وتعرف بها تلك الأمة. وهذا ما يميز كل بلد وكل أمة عن غيرها من بقية البلدان والأمم الأخرى، في هذا العالم المتعدد الثقافات والمشارب الإعلامية المعاصرة. ومن هذا المنطلق فإن الأمن الثقافي، الوطني والقومي، لا يقل في أهميته عن الأمن الغذائي، والأمن السياسي، والأمن الإقتصادي غيرها من أنواع الأمن الأخرى، بل وإن الأمن الثقافي يؤثر ويتفاعل مع كل أنواع الأمن الأخرى المذكورة. فالأمن الثقافي، والصراعات التي تتمخض عنه هو الأكثر عمقاً وامتداداً وخطورة من بين الأنواع الأخرى من الأمن، لأنه يؤثر فيهم ويتفاعل معهم .ويزداد الاعتزاز بهوية الوطن والأمة، وأمنهما الثقافي بإزديد عراقة وعمق تلك الثقافة وارتباطها بجذور تاريخية، وتحولها الى تراث يتمسك به أفراد تلك الأمة ويدافعون عنه .

وعلى أساس نا تقدم فإننا نستطيع أن نعرف الأمن الثقافي، لأي بلد أو أية أمة، بأنه سلوكيات ثقافية إجتماعية، تعمل على الحفاظ على الهوية الوطنية والقومية، وضمان الأمان لها، في مواجهة التحديات والتغيرات والغزو الثقافي الأجنبي الخارجي، الذي غالباً ما يسعى إلى طمس، أو تشويه الهوية الثقافية لذلك البلد ولتلك الأمة.

من جانب آخر وعلى اعتبار أن شبكة الإنترنت هي جزء من ثورة المعلومات التي نعاصرها اليوم، والتي أتتنا من الغرب، ولها مردودات إيجابية، بإتجاه تطوير مختلف أنواع العلوم والمعارف في الدول والمجتمعات، بما تضخه من معلومات وافية وسريعة ومحدثة لنا، إلا أنه في الوقت ذاته فإن شبكة الإنترنت هذه أصبحت خطراً على المجتمعات المتلقية للمعلومات)فحسب(، والمستخدمة للكم الهائل من تلك المعلومات، من دون أن تسعى إلى الإسهام في تلك المعلومات والإضافة إليها، بما يعبر عن ذات الأمة ومصلحتها .والمجتمعات المتلقية فحسب، ومنها العديد من بلداننا العربية، التي لا تمتلك حرية كافية أو مجالات وافية أحياناً للإنتقاء والإختيار من ذلك السيل الهائل المتدفق من المعلومات، ولا حتى تأمين مجالاً لتصحيح بعض من هذه المعلومات، وخاصة الخاطئة منها أو المشوهة التي تمسها، وتمس تاريخها وتراثها وحركة مجتمعاتها .وهنا تبدأ الخطورة على ثقافة

المجتمعات وهويتها القومية المتوارثة .فالأمة العربية بحاجة ماسة اليوم، أكثر من أي وقت مضى، إلى تحصين أمنها الثقافي والحفاظ عليه، في وسط هذه التطورات والمتغيرات المعلوماتية السريعة والمذهلة، وفي مقدمتها شبكة الإنترنت العملاقة وإستخداماتها المتعددة والمتنامية.

إلا أنه ومن جانب آخر فإنه يبرز هنا سؤال مهم هو : كيف لنا أن نحصن بلداننا وأمننا ثقافياً وإعلامياً اليوم؟

وقبل أن نجيب على هذا السؤال لا بد من التأكيد هنا والتذكير بأن الأمن الثقافي، الذي نتحدث عنه، لا يخصنا نحن العرب لوحدنا. لأننا إذا ما نظرنا إلى الآخرين، من الدول والأمم الأخرى لوجدناهم يعانون من نفس المشكلة، ويسعون لإيجاد المعالجات الناجعة والمؤثرة لحماية أمنهم الثقافي . فهذه فرنسا، على سبيل المثال لا الحصر، قد واجهت وتواجه مثل هذا الخطر، والذي هو الغزو الثقافي الأجنبي. فانتبهت إليه وحذرت منه، وبالتالي فقد وضعت أسساً للتصدي له والتعامل معه . فقد كان وزير الثقافة الفرنسي، وفي مؤتمر للأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) والذي عقد في المكسيك في عام 1982، كان قد حذر من هيمنة الثقافة الأمريكية وقيمها الإستهلاكية، وتأثير ذلك على ثقافات المجتمعات الأخرى . بل ولم تقف فرنسا عند حد التحذير هذا بل قامت، في السنوات اللاحقة لذلك التصريح ببذل جهود علمية وعملية للحفاظ على تراثها الثقافي، عن طريق جمع ذلك التراث وتصنيفه، وإعادة التعريف به وبثه إلى العالم. وبذلك تمكنت فرنسا من غلق الطريق أمام محاولات طمس تراثها أو تشويهه. من جانب آخر وفي ذات الإتجاه يوضح مسؤول المعلومات في وزارة الثقافة الفرنسية عن تجربة بلاده مع الإنترنت، بأنهم بذلوا جهوداً كبيرة في الحفاظ على التراث الثقافي الفرنسي، وتوصيفه، وفهرسته، وبناء قواعد بيانات محوسبة ورقمية شملت مصادرثقافية وإعلامية كالصور الثابتة والمتحركة، والوثائق، والنصوص المرجعية، والتأثيرات الصوتية، التي تصف بشكل دقيق مفردات التراث الفرنسي، مما يتيح الفرص للعديد من مستخدمي شبكة الإنترنت العالمية، من الفرنسيين وغير الفرنسيين، الوصول إليه. وعلى هذا الأساس وبهذه الطريقة فلا يقتصر الأمر على الحفاظ على التراث الثقافي الفرنسي للأجيال المتعاقبة فحسب، بل ونشره وعرضه إلى العالم، والتعريف به، كهوية قومية، والتفاخر به أمام شعبه المعني به، من جهة، وأمام الشعوب الأخرى، من جهة أخرى، وهذ ما نحتاج إليه في بلداننا العربية وعالمنا العربي والإسلامي. فنحن بحاجة إلى عدد من الإجراءات التي نحافظ بها على تراثنا الثقافي العربي الغني، مثل العمل على وضع خطة علمية مدروسة لجمع، وتوصيف، وتصنيف كل أنواع

التراث الثقافي العربي، الذي يحتاجه إعلامنا، وبناء قواعد بيانات محوسبة، على الإنترنت، وعلى الأقراص الليزرية المدمجة، وعلى الوسائط والمنظومات المعرفية الأخرى، التي تستند على مكونات ثقافية ذات قاعدة حضارية، عربية واسلامية أصيلة .وهنا يأتي دور دعم وتفعيل وتنشيط الشبكات العربية والإسلامية للمعلومات، وشكراً للمحاولات المتواضعة المحدودة الموجودة الآن على شبكة الإنترنت، والوسائل المصاحبة الأخرى لهذه الشبكة العالمية المتنامية والعملاقة.

من جانب آخر فإننا بحاجة إلى بناء رؤية ثقافية وإعلامية مستقبلية طموحة لبلداننا ولأمتنا العربية، تستند على قاعدة واسعة من المعلومات الإعلامية الموثقة، في مختلف ميادين المعرفة، وفي ضوء المتغيرات الجديدة، وخاصة الإنترنت .وهذا يحتاج إلى وضع استراتيجية واضحة في مجال العلوم والتكنولوجيا، تكون جزءاً لا يتجزأ من الاستراتيجية السياسية والاجتماعية والاقتصادية .وهنا يأتي دور المنظمات واللجان الثقافية والإعلامية والتراثية، الوطنية منها والقومية.

من جانب آخر فإنه لابد لنا من التأكيد على أهمية زيادة الوعي المعلوماتي والتكنولوجي، ومعالجة ظاهرة الأمية التكنولوجية، التي تؤدي بالكثير من أفراد المجتمع بالعزوف عن استثمار الإمكانات الإيجابية الهائلة لشبكة الإنترنت والتكنولوجيات المصاحبة لها، ومواكبة ومتابعة ما يمكن إبرازه من صور وجوانب إيجابية من ثقافتنا وتراثنا وإعلامنا، عبر مثل تلك التكنولوجيات .ولا يكفي أن نلجأ إلى مثل تلك التكنولوجيات والنظم المستحدثة كمظهر حضاري فحسب، أو كاستجابة إلى إغراءات الحداثة، لا التحديث، لأننا بذلك سنؤدي بالجزء الأكبر من الحواسيب والتكنولوجيات المرافقة لها لأن تكون خاملة، في مكاتبنا ومؤسساتنا، ولا تلعب دورها المطلوب في التطوير والاستثمار الفعلي لمجتمعاتنا المعنية باقتنائها.

خامســاً:أستخدامات الإنترنـت في المنطقة العربية

مستخدمو " إنترنت " في الأقطار العربية

تشير الإحصاءات الحديثة أن إستخدام الإنترنت من قبل الأردنيين قد قفز من 300،127 في عام 2000 إلى **900،741،1** . وفي العراق الذي كان فيه إستخدام الإنترنت إقتصر على 500،12 مستخدم إلى **000،325** . وفي السعودية قفز رقم الإستخدام للإنترنت من 000،30 ، إلى **000،400،11**. أما بقية الدول العربية وتطور إستخداماتها للإنترنت، ونسبة الزيادة، ونسبة الإستخدام إلى مجمع عدد سكان البلد فهي موضحة في الجدول التالي.

Middle East Internet Usage and Population Statistics

MIDDLE EAST	Population (2011 Est.)	Usage، in Dec/2000	Internet Usage، Latest Data	% Population (Penetration)	User Growth (2000-2011)	(%) of Table
Bahrain	1،214،705	40،000	**649،300**	53.5 %	1،523.3 %	0.9 %
Iran	77،891،220	250،000	**33،200،000**	42.6 %	13،180.0 %	48.4 %
Iraq	30،399،572	12،500	**325،000**	1.1 %	2،500.0 %	0.5 %
Israel	7،473،052	1،270،000	**5،263،146**	70.4 %	314.4 %	7.7 %
Jordan	6،508،271	127،300	**1،741،900**	26.8 %	1،268.3 %	2.5 %
Kuwait	2،595،628	150،000	**1،100،000**	42.4 %	633.3 %	1.6 %
Lebanon	4،143،101	300،000	**1،093،420**	26.4 %	264.5 %	1.6 %
Oman	3،027،959	90،000	**1،465،000**	48.4 %	1،527.8 %	2.1 %
Palestine (West Bk.)	2،568،555	35،000	**1،379،000**	53.7 %	3،840.0 %	2.0 %
Qatar	848،016	30،000	**563،800**	66.5 %	1،779.3 %	0.8 %

Saudi Arabia	26،131،703	200،000	**11،400،000**	43.6 %	5،600.0 %	16.6 %
Syria	22،517،750	30،000	**4،469،000**	19.8 %	14،796.7 %	6.5 %
United Arab Emirates	5،148،664	735،000	**3،555،100**	69.0 %	383.7 %	5.2 %
Yemen	24،133،492	15،000	**2،349،000**	9.7 %	15،560.0 %	3.4 %
Gaza Strip	1،657،155	n/a	**n/a**	n/a	n/a	n/a
TOTAL Middle East	216،258،843	3،284،800	**68،553،666**	31.7 %	1،987.0 %	100.0 %

NOTES: (1) The Middle East Statistics were updated as of March 31، 2011.

Arabic Speaking Internet Users

COUNTRIES	Population (2009 Est.)	Internet Users, Latest Data	Penetration (% Population)	User Growth 2000-2009	% Users in Table
Algeria	34,178,188	**4,100,000**	12.0 %	8,100.0 %	6.8 %
Bahrain	728,709	**402,900**	55.3 %	907.3 %	0.7 %
Comoros	752,438	**23,000**	3.1 %	1,433.3 %	0.0 %
Djibouti	724,622	**19,200**	2.6 %	1,271.4 %	0.0 %
Egypt	78,866,635	**16,636,000**	21.1 %	3,596.9 %	27.6 %
Iraq	28,945,569	**300,000**	1.0 %	2,300.0 %	0.5 %
Jordan	6,269,285	**1,595,200**	25.4 %	1,153.4 %	2.6 %
Kuwait	2,692,526	**1,000,000**	37.1 %	566.7 %	1.7 %
Lebanon	4,017,095	**945,000**	23.5 %	215.0 %	1.6 %
Libya	6,324,357	**323,000**	5.1 %	3,130.0 %	0.5 %
Mauritania	73,129,486	**60,000**	1.9 %	1,100.0 %	0.1 %
Morocco	31,285,174	**10,442,500**	33.4 %	10,342.5 %	17.3 %
Oman	3,418,085	**557,000**	16.3 %	518.9 %	0.9 %
Qatar	833,285	**436,000**	52.3 %	1,353.3 %	0.7 %
Saudi Arabia	28,686,633	**7,761,800**	27.1 %	3,780.3 %	12.9 %
Somalia	9,832,017	**102,000**	1.0 %	50,900.0 %	0.2 %
Sudan	41,087,825	**4,200,000**	10.2 %	13,900.0 %	7.0 %

Syria	21,762,978	**3,565,000**	16.4 %	11,783.3 %	5.9 %
Tunisia	10,486,339	**3,500,000**	33.4 %	3,400.0 %	5.8 %
United Arab Emirates	4,798,491	**3,558,000**	74.1 %	384.1 %	5.9 %
Palestine	2,461,267	**355,500**	14.4 %	915.7 %	0.6 %
Yemen	22,858,238	**370,000**	1.6 %	2,366.7 %	0.6 %
TOTAL	344,139,242	**60,252,100**	17.5 %	2,297.7 %	100.0 %

مخطط رقم (33) إحصاءات عن إستخدامات الإنترنت في الدول العربية

أن التحرك العربي باتجاه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عموماً،واستثمار إمكانات إنترنت وخدماتها على وجه الخصوص، لا يزال دون مستوى الطموح، على الرغم من وجود بعض المؤشرات والأرقام والإحصاءات الإيجابية. فعلى سبيل المثال لا الحصر فقد بلغ عدد أجهزة الحواسيب الشخصية (P C) المباعة في الأسواق العربية في عام (1997) حوالي (460) ألف جهاز، وبمعدل زيادة ونمو يقارب من (20 %) مقارنة بالعام (1996)، ويتفوق هذا المعدل، بشكل ملموس، المعدل العالمي العام للنمو في هذا المجال،والذي بلغ حوالي (14 %) في العام المذكور ذاته. من جانب آخر، له علاقة بالموضوع، فقد وصل عدد مستخدمي شبكة إنترنت في الأقطار العربية في نهاية عام (1997) إلى حوالي (340) ألف مستخدم، وبمعدل نمو يقارب من (225 %) وهو معدل يزيد على نظيره العالمي أيضاً. ويعتقد العديد من الكتاب والمتخصصين في هذا المجال أن هذا النمو الكمي الكبير لا يعطي صورة ؛حقيقية للتطور اعتماداً علي تكنولوجيا المعلومات، لأن الجزء الأكبر من أدواتها وأجهزتها هو خامل، ولا يلعب دوراً فاعلاً وحقيقياً في تطور الأقطار العربية.

كذلك فإن إن عدد مستخدمي شبكة المعلومات العالمية المحوسبة " إنترنت " في الأقطار العربية، كان ولا يزال، قليل جداً، بالرغم من الزيادة التي مر ذكرها، وذلك بضوء محدودية المراكز الخادمة (Hosts) وعدد الحواسيب المتوفرة للاستخدام والارتباط بالشبكة. وتشير الإحصاءات إلى أن المراكز الخادمة المحوسبة في الأقطار الغربية، والتي جاء تصنيفها تحت اسم منطقة الشرق الوسط، في العامين 1994 و1995، (8871) و (21179) مركزا "، على التوالي، مقارنة بما مجموعه (2177396) ثم (4515871) مركزاً خادماً محوسباً في أمريكا الشمالية للعامين المذكورين، على التوالي، كما أوضحنا ذلك سابقاً، وما مجموعه (730429) ثم (1530057) مركزاً في أوربا الغربية لنفس العامين المذكورين.

وفي إحصائية أخرى يقدر عدد مستخدمي الشبكة في ثمانية من الأقطار العربية ما مجموعه (215503) في عام 1997، مقارنة بما مجموعه (30) مليون مستخدم في الولايات المتحدة الأمريكية، و(9) ملايين مستخدم في أوربا. وقد توزع استخدام الشبكة في الأقطار العربية المذكورة بشكل متسلسل أعطى مصر الصدارة، بما مجموعه (48000) مستخدماً، ثم الإمارات العربية (41938) مستخدماً، ثم البحرين (35750) مستخدماً، تلاها لبنان (33000) مستخدماً، والكويت (27500) مستخدماً، والأردن (11000) مستخدماً، وعمان (10615) مستخدماً، وقطر (7700) مستخدماً.

من جانب آخر فقد شهد عام (1998) تحولاً جديداً في استخدام شبكة إنترنت في الوطن العربي وفي كافة مناطق العالم. فقد بلغ عدد مستخدمي الشبكة مع نهاية العام المذكور حوالي (151) مليون مستخدم، أي بزيادة (51 %) مقارنة بأعداد مستخدمي عام (1997) . وفي الأقطار العربية ارتفع عدد مستخدمي إنترنت من (340) ألف مستخدم في بداية عام (1998) إلى (700) ألف مستخدم نهاية العام المذكور، أي بزيادة نسبتها (106 %). وتشير التوقعات إلى أن عام (1999) سيشهد نسبة نمو مقاربة، أي أن عدد مستخدمي الشبكة في الأقطار العربية سيصل إلى حوالي مليون و(400) ألف مستخدم. أما في عام (2000) فيقدر عدد مستخدمي شبكة إنترنت في الوطن العربي بحوالي المليونين.

وتقدر عدد المواقع العربية على الشبكة ما بين (7000 – 9000) موقع، يستخدم معظمها (80 %) اللغة الإنكليزية. إلا أنه وبتوفر تقنيات النشر الضرورية باللغة العربية، تزداد المواقع التي تستحدم اللغة العربية - بالنص والصورة والصوت – ويتضاعف عددها من حوالي (400) موقع في بداية عام (1998) إلى ما يقرب من (1750) موقع في نهاية العام المذكور . وتشير التقارير إلا أن النمو الكمي للمواقع العربية قد فاق النمو النوعي بشكل كبير، إذ أن العديد من تصاميم ومحتوى المواقع الجديدة كان هزيلاً. وتشير توقعات النمو لعام (1999) في المواقع العربية بالنمو، حيث يقدر أم يتجاوز عدد المواقع التي تستخدم اللغة العربي (3500) موقعاً في نهاية العام الحالي، ومع إطلالة الألفية الثالثة.

معوقات الارتباط بالإنترنت في المنطقة العربية

ويمكننا تحديد أسباب محدودية استخدام " إنترنت " في أقطارنا العربية بشكل عام بآلاتي:

1. عدم إنجاز البنى التحتية (Infrastructure) والشبكات المطلوبة والمناسبة للاتصالات.
2. قلة الوعي بما تتيحه الشبكة من فرص معرفية وبحثية واستثمارية وإعلامية ... الخ
3. محدودية انتشار واستخدام أجهزة الحواسيب في المجالات الحياتية المختلفة.
2. ارتفاع كلف الاشتراك أحياناً.
3. معوق اللغة، خاصة وأن معظم المواد والمعلومات الموجودة على الشبكة هي باللغة الإنكليزية. يقابل ذلك قلة في المواقع والمواد العربية المتوفرة فيها
4. حداثة دخول " إنترنت " وانتشارها في معظم الأقطار العربية. فقد ارتبطت الأقطار العربية معظمها بشبكة "إنترنت" خلال السنوات القليلة الماضية، إما بشكل كامل بحيث تستثمر كل التطبيقات، أو البريد الإلكتروني واستخداماته المختلفة فقط.

تقويم مصادر المعلومات عبر الإنترنت

كما هو معروف فإن هنالك كم هائل من المعلومات ومصادر المعلومات على الإنترنت. البعض من هذه المعلومات والمصادر مفيد وجيد، وخاصة ما يتعلق من بالبحث العلمي والباحثين. ولكي يتسنى الفرز بين ما مفيد وجيد وما هو غير ذلك فإننا نستطيع الإشارة إلى عدد من الأفكار التي تساعد الباحثين في اللجوء إلى مثل تلك المعلومات، ومنها:

5. التركيز على استخدام المواقع التي تجمل عبارتي (..edu و .org) أي (education و organization) ز أي أن مثل هذه المواقع تابعة لمؤسسات تعليمية، كالجامعات مثلاً. أو أنها تابعة لمنظمات وجمعيات علمية ومهنية.
6. المواقع الحكومية الرسمية التي تحمل عبارة (.gov) يمكن الاستعانة بها بالنسبة للمعلومات الرسمية الصادرة عن الدول والحكومات المختلفة.
7. من الضروري التعرف على مهنة الكاتب، وعلاقته الرسمية بمؤسسة علمية رصينة.
8. التركيز على الدراسات التي تشير إلى المصادر والمعلومات الببليوغرافية التي تمت الاستعانة بها، أي الدراسات والبحوث الموثقة.

9. أما بالنسبة للمعلومات المستقاة من البريد الإلكتروني (E. Mail) ومجموعات النقاش (Discussion Groups) فهي معلومات ووجهات نظر ينبغي أخذ جانب الحيطة والحذر في تعامل الباحثين معها، والاستفادة منها كمصادر معلومات في البحث العلمي.
10. عند الاستعانة بوسائل الربط من موقع إلى آخر يجب على الباحث التأكد من التفريق بين ما هي معلومات موثقة ورصينة، وبين ما هو تجاري تسويقي. حيث أن العديد من المواقع على الإنترنت تسعى إلى الربح بالدرجة الأساس.

المصادر المعتمدة في الفصل

(1) خالد عبد الفتاح . (2006). تحليل وفرز نتائج في محركات البحث الشبكة العنكبوتية . دراسات عربية في المكتبات . مج11،ع3 ، سبتمبر 2006.
(2) خالد عبد الفتاح . (2005). محركات بحث الشبكة العنكبوتية : نظرة عامة على نشأتها وتطورها ومستقبلها .-مجلة المعلوماتية .-ع 15 (2005) .-تاريخ الإتاحة <2008/3/20 > متاح في:
http://infomatics.ov.sa/maganine/modules.php
(3) سيد ربيع سيد . (2005). محركات بحث الوسائط المتعددة : المفهوم ، الأداء ، الأنواع . Cybrarians journal . ع 7 (ديسمبر 2005) تاريخ الدخوا إلى الموقع : 2008/3/2 . متاح في
(4) شلباية، مراد. (2005). مقدمة إلى شبكات الحاسوب. عمان، دار المسيرة.
(5) عبد الهادي، محمد فتحي . (2001) . الانترنت وخدمات المكتبات والمعلومات : دراسة تحليلية في ضوء الانتاج الفكري العربي. المجلة العربية للمعلومات (تونس). مج22، ع2.
(6) فاطمة الزهراء محمد عبده . (2004). محركات البحث على شبكة الانترنت . - Cybrarians journal ع 2 سبتمبر 20004. .تاريخ الإتاحة <2008/3/13 > متاح في:
www.cybrarians.info/journal/no2/searchengines.htm
(7) قنديلجي، عامر إبراهيم . (2008).البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية. طبعة ثانية ملونة. عمان، اليازوري.
(8) قنديلجي، عامر إبراهيم . وربحي مصطفى عليان وإيمان فاضل السامرائي . (2000). مصادر المعلومات: من عصر المخطوطات إلى عصر الإنترنت. عمان، دار الفكر
(9) قنديلجي، عامر إبراهيم وعلاء الدين عبد القادر الجنابي . (2005). نظم المعلومات الإدارية. عمان، دار المسيرة.
(10) الموسوعة العربية للكمبيوتر والانترنت. تاريخ الإتاحة <2012/3/20. متاح في:
http://www.c4arab.com/showac.php?acid=292
(11) حافظ، سناء. نظم استرجاع المعلومات بين النظرية والتطبيق. 2005:عمان، دار الصفاء.
(12) **Internet World Statistics: Usage and Population Statistics.**
تاريخ الإتاحة 2012/3/25. متاح في:
http://www.internetworldstats.com/stats19.htm

الفصل التاسع

شبكات التواصل والإعلام الاجتماعي على الإنترنت

(الفيس بوك Facebook والتويترTwiter وجوجل بلس Google Plus وغيرهـا)

أولاً: التعريف بشبكات التواصل والإعلام الإجنماعي

- **ماهية وسائل وشبكات التواصل والإعلام الإجتماعي**
- **السمات العامة لوسائل وشبكات التواصل والإعلام الإجتماعي:**

ثانياً: مجالات أستخدام وسائل التواصل والإعلام الإجتماعي

- **تطبيقات وسائل التواصل والإعلام الإجتماعي**
- **ثالثاً: الفيس بوك ;Facebook: من شبكات التواصل الإجتماعي**
- **ماهو الفيس بوك Facebook**
- **أهم التطورات التي حدثت للفيس بوك**

رابعاً: تويتر Twitter

- **ماهو تويتر وكيف تطور**

خامساً: خدمات مواقع جوجل Google وجوجل بلس Google Plus

- **مقارنة بين خدمة جوجل بلس وفيس بوك وتويتر**

سادساً: تطبيقات شبكات تواصل وإعلام إجتماعية أخرى

- **المصادر المعتمدة في الفصل**

أولاً: التعريف بشبكات التواصل والإعلام الإجتماعي ومعالمها الأساسية.

ما هية شبكات التواصل الإجتماعي:

لقد أصبحت وسائل الإعلام الاجتماعية، أو ماتسمى أحياناً بشبكات التواصل الاجتماعي، ومن أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً هي الفيس بوك وماي سبيس وتويتر ولايف بوون وهاي فايف وأوركت تستخدم الناس لعدة أغراض، اهمها:

1. أداة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد والجماعات المختلقة.
2. إداة تجمع بين أصدقاء الدراسة.
3. هناك شبكات وأخرى تجمع بين أصدقاء العمل¸ حيث أن هناك شبكات تجمع صناع الأعمال، وأصحاب الشركات، والعاملين بها.
4. اصبحت الشبكات الاجتماعية احدى اهم الضروات في حياتنا اليومية لما تقدمه من خدمات تسمح في ابداء الرأي والرأي الاخر، ناهيك عن كونها تجمع بين الاراء المتضاربة.
5. كذلك فقد برز دروها بشكل كبير في الآونة الاخيرة من خلال استخدامها كوسيلة للتواصل بين المعارضين والثوار) من أفراد الشعب في بعض الدول، وزمنها الدول والبلدان العربية، حيث انها تجمع الملايين من المستخدمين في وقت واحد.
6. إن وسائل الإعلام والتواصل الإجتماعية تنقسم بحسب رغبات واهداف المستخدمين.

وفي استطلاع أجرته إحدى شركات ابحاث المواقع الألكترونية أظهرت فيها أن موقع فيسبوك تفوق على موقع مايكروسوفت في بريطانيا لاول مرة ، يصبح ثاني اكثر المواقع شعبية في بريطانيا، مثلاً، وبعد جوجل، مع اقدام الناس فوق سن الخمسين سنة على شبكات التواصل الاجتماعي. وبشكل عام شهدت هذه الأع لام والتواصل الإجتماعي زيادة في عدد المشتركين فيها بين الأعوام 2009 و2011 بنسبة 41%، في حين بلغت الزيادة في فئة المعمرين للفترة ذاتها 84%.

وفي بلدان اخرى اجتذب فيسبوك 140 مليون زائر في الولايات المتحدة بزيادة 12%، وفي اسبانيا زادت اعداد زائريه بنسبة 7%، وبنسبة 18% في فرنسا و26% في ايطاليا و72% في المانيا .بحسب إحصاءات السي ان ان CNN.

وارتفع عدد زائري تويتر بنسبة 22% في الولايات المتحدة وبنسبة 48% في فرنسا و58% في ايطاليا واكثر من الضعف في اسبانيا.

وعلى أساس ما تقدم فإن شبكات التواصل الاجتماعية التي تطلق على مجموعة من المواقع الموجودة على شبكة الإنترنت، كانت قد ظهرت مع الجيل الثاني للشبكة العنكبوتية / الويب (Web) ، أو كما يعرف باسم (ويب 2.0) . وهي تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم الآتي:

أ. حسب مجموعات اهتمام مشترك،

ب. أو حسب شبكات انتمائهم، كالبلد الواحد ، أو المدرسة الواحدة، أوالجامعة ، أو الشركة الواحدة. ويتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر، كإرسال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلومات عنهم يتيحونها للآخرين وتتنوّع أهداف وأشكال وتوجهات تلك الشبكات الاجتماعية، بإتجاهين آخرين، هما:

الإتجاه الأول: هو عام يهدف إلى التواصل والتراسل العام، وتكوين الصداقات حول العالم. نوع أساسي عام، يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين، وخدمات عامة، مثل:

أ. المراسلات الشخصية

ب. المشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناءً على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي.

ج. ومن أهم هذه الشبكات فيس بوك وماي سبيس ، والتي ستأتي على ذكرها.

والإتجاه الثاني: يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد، ينحصر في مجال وظيفي أو تخصصي معين ، وشبكات المصورين ، وشبكات مصممي الجرافكس. فشبكات لمحترفين الآخرين.

النوع الثاني هذه مهني مرتبط بالعمل، حيث أنه قد يصنف من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية، حيث أنه:

أ. يربط أصدقاء العمل بشكل احترافي،

ب. يربط أصحاب الأعمال والشركات

ج. تتضمن ملفات المرتبطين والمستخدمين معلومات شخصية تتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم.

ومن الجدير بالذكر أن معظم الشبكات الاجتماعية والإعلامية الموجودة على الإنترنت هي عبارة عن مواقع ويب Web تقدم مجموعة من الخدمات للمشاركين والمستخدمين مثل:

1. المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني.
2. الفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها.
3. خدمات أخرى سنأتي على ذكرها في الصفحات القادمة من الفصل.

وكما سترى فإنه من الواضح أن تلك الشبكات الاجتماعية الإعلامية قد أحدثت، ولا زالت تحدث، تغيراً كبيراً في كيفية التواصل والمشاركة بين الأشخاص والمجاميع، وتبادل المعلومات بينهم. والشبكات الاجتماعية والإعلامية تجمع عشرات الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي. ومن الممكن تصنيفها بحسب الأغراض التي تسعى إليها، مثال ذلك:

أ. شبكات تجمع أصدقاء الدراسة.
ب. شبكات تجمع أصدقاء العمل والمهن.
ج. شبكات التدوينات المصغرة.

ومن أشهر الشبكات الاجتماعية والإعلامي الموجودة حاليا، والتي سنأتي على تفصيل عن عدد منها، ما يأتي:

1. فيس بوك Facsbook
2. ماي سبيس MySpace
3. يو توب YouTube
4. هاي فايف Hi5
5. لينكد إن Linked in
6. تويتر Twitter
7. برايت كايت BrightKite
8. اكس بوكس Xbox360
9. ديليشيوس Delicious
10. فريندستر Friendster

فوسائل التواصل الاجتماعي، أو كما يحلو للبعض أن يسميها البعض وسائل الإعلام الاجتماعية، والمتمثلة بعدد من الإستخدامات والممارسات المعاصرة المهمة عبر شبكة الإنترنت، هي عبارة عن مصطلحات تشير إلى استخدام تكنولوجيات شبكة الإنترنت، عبر الحاسوب والهاتف المحمول، لتشغيل وإستثمار الاتصالات في حوار تفاعلي، من خلال مجموعة من التطبيقات المرتبطة بشبكة الويب والإنترنت، والتي تستند إلى أسس فكرية وتكنولوجية، تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي ينتجه المستخدم . وبعبارات أوضح هي وسائل ووسائط تفاعل واعلام اجتماعية هي وسائط للتفاعل الاجتماعي. وقد تمثلت وسائل ووسائط الإجتماعية هذه بإدخال تغييرات كبيرة وواسعة للاتصالات بين المنظمات والمجتمعات والأفراد، مكن من خلال تقنيات الاتصال المستخدمة.

وتختلف وسائل الاعلام الاجتماعية عن وسائل الاعلام االتقليدية ، كالصحف ، والتلفزيون والسينما بكونها غير مكلفة نسبياً، ويمكن الوصول إليها لتمكين أي شخص للوصول إلى مختلف أنواع المعلومات، أو لنشر مثل تلك المعلومات.

وللدلالة على أهمية وسائل الاعلام الاجتماعية هذه واستخداماتها الجماهيرية، وعلى سبيل المثال لا الحصر، فإنه تشير إحصاءات حديثة إلى أنه حوالي 17 مليون شخص في المنطقة العربية يستخدمون الفيسبوك وحده، وباللغة العربية. ومن هؤلاء خمسة ملايين مستخدم في مصر وحدها. ومن هذا المنطلق فقد أعلنت خدمة تويتر بانها ستطلق واجهة عربية، وذلك في العام 2011.

ونستطيع القول بأنه ظهر موقع بلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من موقع جوجل Google الشهير، وهو موقع ماي سبيس (MySpace)الأميركي، الذي يعتبر من أوائل ومن أكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه المنافس الشهير له فيس بوك (Facebook) ، والذي هو الآخر بدأ في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس. ولكن فيس بوك في عام 2007 عمد إلى إتاحة تكوين التطبيقات للمطورين، مما أدى إلى زيادة أعداد مستخدميه، أي مستخدمي فيس بوك، وبشكل كبير.

وتشير الإحصاءات إلى أن هناك أكثر من 300 مليون مستخدم نشط لموقع «فيس بوك». وانضم 50 مليون شخص إلى الموقع في الفترة من

يوليو (تموز) إلى سبتمبر (أيلول) 2009. وحسب ما أفاد به «نيلسن أون لاين» فإن مستخدم «فيس بوك» قضى على الموقع في المتوسط 5 ساعات و46 دقيقة في أغسطس (آب) 2009، وهو يتجاوز كثيرا متوسط الموقع الذي يليه وهو موقع «ياهو»، حيث يقضي المستخدم على الموقع 3 ساعات و14 دقيقة. ويعتقد أن عدد مستخدميه حالياً قد تجاوز 800 مليون مستخدم، على مستوى العالم، وبمختلف اللغات.

من جانب آخر فقد بلغ عدد زوار موقع «تويتر 54.7 «مليون زائر من مختلف أنحاء العالم خلال شهر أغسطس (آب) 2009، في مقابل 4.3 مليون في أغسطس (آب) 2008..

وقد أصبحت الشبكات الاجتماعية الإعلامية هذه زغيرها، التي سنأتي على ذكرها، محل الإهتمام الدراسة للكثير من الباحثين في العديد من المجتمعات، وفي عدد من المواضيع الحياتية النهنة، مثل الإستخدامات من شرائح المجتمع المختلفة، ونأثيؤ مثل عذه الإستخدامات عليهم وعلى مجتمعاتهم ونظمهم السياسية والإجتماعية. وكذلك موضوعات الخصوصية، والهوية، والإستثمار ورأس مال.

السمات العامة لشبكات التواصل الإجتماعي:

ومن الممكن أن ندرج عدد من الملاحظات والسمات والمعالم الأساسية التي نستطيع أن ننسبها إلى وسائل الإعلام الإجتماعية، المتمثلة بالفيس بوك Facebook والتويتر Twiter واليوتوب Utope. ومن هذه الملاحظات والسمات ما يأتي:

1. وسائل الإعلام الاجتماعية تؤمن وتمكن قواعد ومنصات تفاعلية على شبكة الإنترنت عالمياَ، من خلال مشاركة المستخدمين في التعليق على المحتوى وتأمين وسيلة للتواصل مع المستخدمين الآخرين والجمهور.
2. وسائل الاعلام الاجتماعية تمتلك خصائص عدة، تشتمل على مجموعة واسعة من المحتوى بما في ذلك النص ، والفيديو ، والصور والصوت وإن العديد من وسائل الاعلام الاجتماعية تعمل على الاستفادة من هذه الخيارات.

3. تمتاز بسرعة تبادل المعلومات معززة باتساع نطاق نشر مثل تلك المعلومات. حيث أن طبيعة الإتصالات في وسائل الاعلام الاجتماعية تمتاز بالسرعة، التي هي معززة باتساع نطاق نشر المعلومات. وبعبات أوضح فإن الاتصالات فيها يمكن أن تكون واحد الى واحد، أو واحد إلى كثير، أ وكثير إلى كثير أوعدة .

4. يمكن أن تتم الاتصالات عبر وسائل الإعلام الإجتماعية وشبكات التواجد الإجتماعية في الوقت الحقيقي ، أو بشكل غير متزامن مع مرور الوقت.

5. يمكن أن تتم الإتصالات عن طريق الحاسوب، بما في ذلك أجهزة الحواسيب المحمولة والأيفون ، ولاب توب، فضلاً عن الإتصال عبر الهواتف الذكية.

6. كذلك فإن وسائل الاعلام الاجتماعية هي أداة تسويقية جديدة، للمنتجات والبضائع والأفكار، تسمح لك التعرف على الزبائن والتوقعات المستقبلية، وبالطرق التي كانت في السابق غير ممكنة.

7. وسائل الاعلام الاجتماعية تسمح للمستخدمين العثور على أشخاص لهم مصالح مشتركة، ويجتمع الناس الذين يمكن أن يصبحوا أصدقاء أو أن يكونوا زبائن وعملاء، عبر شبكة المعلونات العالمية/الإنترنت. حيث أن مثل هذه الوسائل تجعل من العالم قرية صغيرة، تتيح لنا الوصول إلى الناس، في الوقت الذي لا نكون قادرين على فعل ذلك على أرض الواقع.

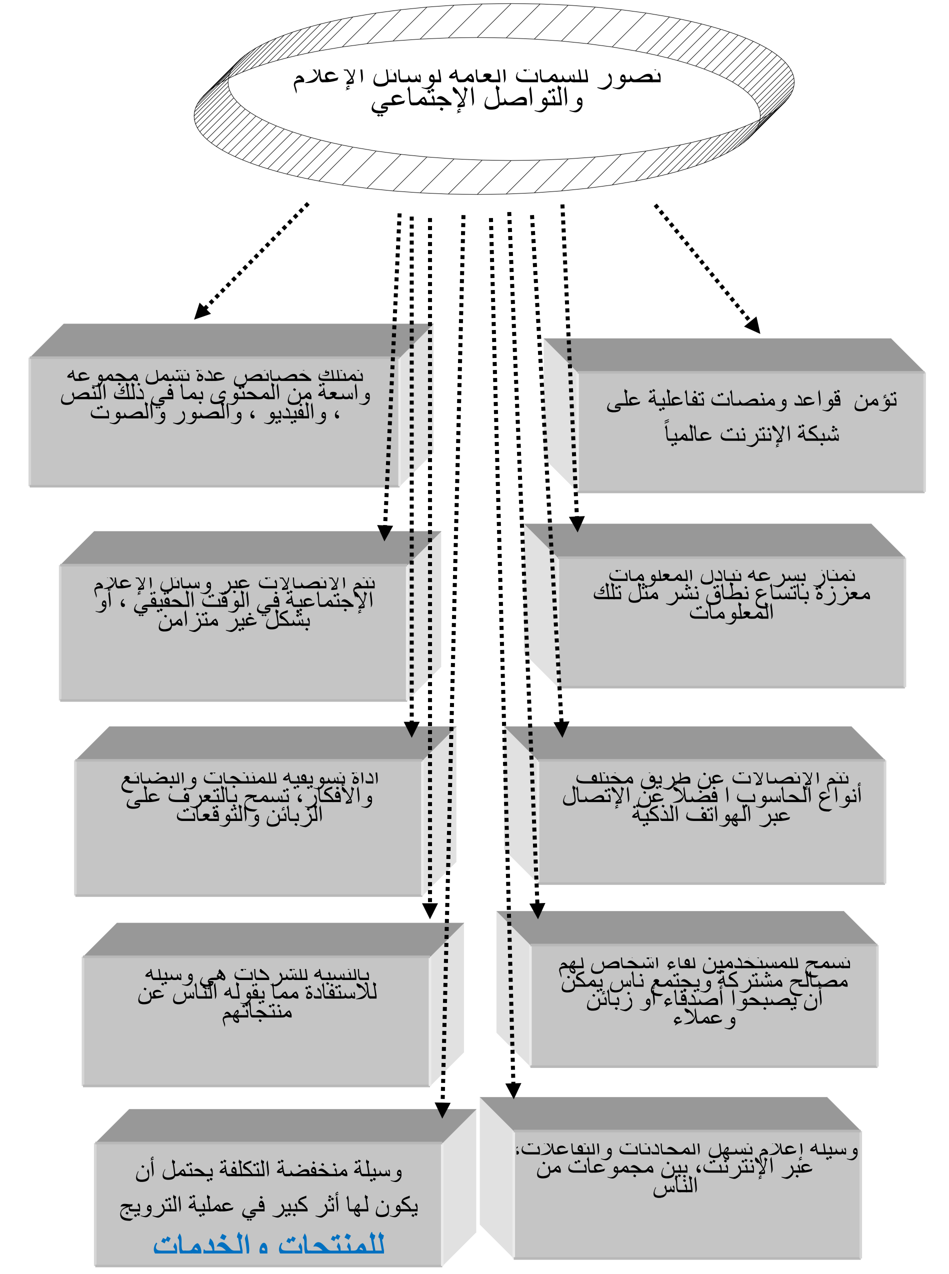
8. وسائل الاعلام الاجتماعية بالنسبة للشركات هي وسيلة للاستفادة مما يقوله الناس عن منتجاتهم. أي حول العلامة التجارية الخاصة بك، والمنتج الخاص بك والخدمة ، والمشاركة في المحادثات. حيث أنها ستكون مفتوحة للأفكار والمقترحات الجديدة ومن ثم استخدام هذه المعلومات في اتخاذ قرارات تجارية تسير بالشركات والمؤسسات المعنية والمستفيدين من الزبائن نحو الأفضل. لذا فانها أداة استراتيجية لكشف الأفكار التجارية.

9. وسيلة إعلام تسهل المحادثات والتفاعلات، عبر الإنترنت، بين مجموعات من الناس ، فوسائل الاعلام الاجتماعية هي عبارة عن

مجموعة من البرامج والأدوات على الانترنت، يستخدمها جمهور المستخدمين لتبادل المحتوى، والآراء والأفكار والخبرات ووجهات النظر، عبر وسيلة إعلام، تعمل على تسهيل المحادثات والتفاعلات، بين مجموعات من الناس، عبر الإنترنت.

10. يتحول المسوقون بشكل عام إلى وسائل الإعلام الاجتماعية كوسيلة منخفضة التكلفة، حيث يحتمل أن يكون لها أثر كبير في عملية الترويج للمنتجات والخدمات. وكمثال على ذلك فإنه في العام 2009، كان قد استخدم 66% من المسوقين التجاريين وسائل الإعلام الاجتماعية المختلفة بصورة أو أخرى. بينما كانت النسبة في العام 2007 تقف عند 20 % (عشرين في المائة فقط). وبناء على هذه البيانات، يمكن أن نخمن أن المؤسسات التجارية الصغيرة في كل مكان كانت مهتمة بوسائل الإعلام الاجتماعية.

ويعكس المخطط رقم () التالي تصوراً موجزاً للسمات العامة والمعالم الأساسية لوسائل التواصل والإعلام الإجتماعي.



مخطط رقم (34) تصور موجز للمعالم الأساسية لوسائل التواصل والإعلام الإجتماعي

ثانياً:مجالات إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي

كشفت دراسة مسحية أجرتها مؤسسة البحوث الوطنية في الولايات المتحدة الأمريكية، أن العديد من المواطنين الأمريكيين يتجهون إلى الشبكات الاجتماعية ، بهدف الحصول على معلومات تتعلق بالصحة . وأجمع معظمهم أن الموقع الاجتماعي الشهير فيسبوك هو الوجهة أو الخيار الأفضل للحصول على مثل هذه المعلومات، وبفارق شاسع تلاه موقع يوتيوب لعرض أفلام الفيديو ، فيما بين آخرين أن موقعي ماي سبيس وتوتير هما مقصدهم المفضل للبحث عن المعلومات.ورجح واحد من بين كل أربعة مشاركين أن تكون لهذه المواقع الاجتماعية تأثير كبير للغاية أو مرجح حيال قراراتهم المتعلقة بالصحة مستقبلاً.ويشار إلى أن موقع فيسبوك تحول إلى سمة مشتركة لدى الجميع ، في وقت قصير نسبياً ، فهنالك عدد كبير كم المستخدمين العرب والأجانب يوجد لديهم اليوم حساب على المواقع الاجتماعية، وخاصة الفيس بوك. فقد رصدت جريدة العرب اليوم الأردنية مثلاً آراء الشباب الاردني حول مرجعية المواقع الالكترونية عموماً بكونها الملاذ الذي ينهلون منها المعلومات التي تهم حياتهم العامة والخاصة وهل لها اثر ايجابية وأخرى سلبية عليهم كونها المرجع الرئيسي الذي يرجع اليه بعض الشباب. فيستخدمها البعض، وخاصة النساء، كمرجع وحيد للاطلاع على الامور التي تهم الجمال وغالبا ما تستقي معلوماتها من مواقع عديدة متخصصة بهذا المجال. ويرى آخرين أنهم يستخدمون المواقع الإلكترونية للحصول على ما تريده من معلومات تهم الاسرة وتربية الاطفال وطرق التعامل معهم. ويجدون بان وسائل التربية الحديثة التي تنادي بها بعض المواقع لها اثر ايجابي على حياة الاسرة وغالبا ما تقدم النصائح والمشورة في مجال التربية والتعليم وحقوق الابناء وطرق التعامل الحضاري مع نمط الحياة الجديد ضمن ضوابط لذلك فإن لهذه المواقع المتخصصة بالاسرة والتربية كمرجع اساسي وهذا ما جعل المستخدمين لها يستغنون عن شراء الكتب كون هذه المواقع وسيلة للاطلاع بشكل مجاني.

ويرى آخرين بأنهم يستخدمون مواقع إلكترونية، وخاصة الفيس بوك، كوسيلة للاطلاع على كل ما يجري من احداث سياسية واجتماعية من خلال اشتراكهم بعدد من الصفحات العاملة والناشطة في هذا المجال . كذلك يرى آخرين بأن موقع الفيس بوك هو الموقع الاول بالنسبة للكثيرين للتواصل وحتى على الحصول على الاخبار التي تتعلق بالاصدقاء والمعارف.

من جانب آخر يشير البعض إلى خطورة الاستقاء من بعض المواقع التي تهدف الى الترويج عن نفسها وذلك بوضع معلومات غير صحيحة ومبهرجة لجذب انتباه اكبر شريحة من الناس. وتهدف مثل هذه المواقع لترويج لنفسها وهذا ما يشكل خطرا عندما تتعلق هذه المواقع بالامور الصحية والتربوية والسياسية والتي تنعكس سلبا على حياة الكثير من الناس.

وتشير المعلومات والإحصائيات المختلفة لاستخدام وسائل الاعلام الاجتماعية المختلفة وفعالية للأفراد الذين يستخدمونها في جميع ومختلف أنحاء العالم..

فقد أطلق فيسبوك في عام 2004 ميلادية، ومنذ ذلك الحين أصبح أكبر موقع التواصل الاجتماعي في العالم . وقد كانت الزيادة الرئيسية في وسائل الاعلام الاجتماعية هي في فيسبوك. فقد كان هنالك ما يقرب من 100 مليون مستخدم تمكنو منالوصول إلى هذا الموقع من خلال هواتفهم النقالة. واعتبارا من شهر يونيو في عام 2011 أصبح لفيسبوك 750 مليون مستخدم.

وتمثل الشبكات الاجتماعية في الوقت الحاضر ما يقرب من 22 ٪ من مجموع الوقت الذي يقضيه المستخدمين على الانترنت في الولايات المتحدة الأمريكية. ويزداد مجموع ما انفق من دقائق على مواقع الشبكات الاجتماعية فيها 83 % في المئة سنويا . ويمكننا القياس على ذلك في مناطق ودول العالم الأخرى.

تطبيقات شبكات التواصل الإجتماعي:

وتشير بعض من الإحصائات المختلفة لاستخدام وسائل الاعلام وشبكات الإتصال الاجتماعية، والمتمثلة بفعاليات مختلفة في جميع أنحاء العالم. ما يلي :

- الشبكات الاجتماعية تمثل الآن 22 ٪ من مجموع الوقت الذي يقضيه على الانترنت في الولايات المتحدة
- تويتر قامت بمعالجة أكثر من مليار تويت في ديسمبر 2009 ومتوسط حوالي 40 مليون تويت

- ارتفع عدد مستخدمي وسائل الاعلام الاجتماعية سن 65 سنة وما فوق 100 في المئة طوال عام 2010 ، بحيث كان واحد من كل أربعة أشخاص في تلك الفئة العمرية هي الآن جزء من موقع الشبكات الاجتماعية.
- اعتبارا من شهر يونيو في عام 2011 أصبح لفيسبوك 750 مليون مستخدم.

() في الولايات المتحدة وحدها وحدها يزداد مجموع ما انفق من دقائق على مواقع الشبكات الاجتماعية 83 % في المئة سنويا

() وقد كانت الزيادة الرئيسية في وسائل الاعلام الاجتماعية هو في الفيسبوك، حيث كانت في المرتبة رقم واحد من موقع الشبكات ووسائل الإعلام الاجتماعية. وهنالك ما يقرب من 100 مليون مستخدم الوصول إلى هذا الموقع من خلال هواتفهم النقالة.

من جانب آخر فإن هنالك عدد من تطبيقات ومجالات أستخدام لشبكات التواصل والإعلام الإجتماعي يمكننا تحديدها بالجهات والشرائح المجتمعية الآتية:

1. **المعلمون والطلبة، من جهة، والمعلمون وأولياء أمور الطلبة من جهة أخرى:** حيث تستخدم الشبكات الاجتماعية من قبل المعلمين والطلبة كأداة اتصال وتعليم وتعلم. حيث أنلاالكثير من الطلبة تستخدم بالفعل مجموعة واسعة من مواقع الشبكات الاجتماعية. وقد بدأت المعلمين على التعرف على هذا الاتجاه، لكي تستخدم لصالحها ولصالح التعليم. فالمعلمون يقومون بإنشاء غرفة الدردشة، والمنتديات، ومجموعات النقاش لتمديد، في التجارب والاختبارات، وكذلك المساعدة في الواجبات التعليمية المنزلية خارج الصف الدراسي . كما أن الشبكات الاجتماعية التي تستخدم لتعزيز الإتصال بين المعلمين وأولياء الأمور، مما جعل ذلك أكثر ملاءمة لأولياء الأمور لطرح الأسئلة، ومن دون الحاجة للاجتماع وجها لوجه مع المعلمين والإدارة المدرسية. تطبيقات تعليمية. وهكذا فإنه بالنسبة إلى التطبيقات التعليمية فإن هنالك عدد ونسبة جيدة من الطلاب والطالبات الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية في نقاشاتهم التي تخص مواضيع التعليم عبر الانترنت . وعلى هذا الأساس فإن الشبكات

الاجتماعية تستخدم في تنشيط ودعم العلاقات التعليمية بين المعلمين والطلبة.

2. **المكتبات ومراكز البحوث والمعلومات ومستخدميها الفعليين والمحتملين:** استخدام الشبكات الإعلامية الاجتماعية عن طريق المكتبات ومراكز المعلومات، الفعليين والمحتملين. حيث أنها أيظاً وسيلة أصبحت أكثر انتشاراً في لتواصل مع عدد أكبر من المستخدمين المحتملين للمكتبة ، فضلا عن توسيع نطاق الخدمات التي تقدمها المكتبات العامة والجامعية والمتخصصة والمدرسية.

3. **العلماء والمخترعين:** حيث تستخدم الشبكات الاجتماعية في المجالات العلمية. حيث تستخدم مواقع الشبكات الاجتماعية للمشاركة في تبادل المعرفة العلمية من خلال تبادل المعلومات والمعرفة مع بعضها البعض ، وأنها قادرة على السماح للجماعات علمية لتوسيع قاعدتها المعرفة وتبادل الأفكار .

4. **تطبيقات وخدمات المؤسسات الحكومية.** حيث يتم الشبكات الاجتماعية وميزاتها من قبل الوكالات الحكومية المختلفة. حيث أنها طريقة سهلة وسريعة للحكومة للحصول على رأي الجمهور بهدف الحفاظ على وتحديث خدمات ونشاطات مثل تلك المؤسسات والوكالات المختافة.

5. **تطبيقات الأعمال ورجال الأعمال.** فللشبكات الاجتماعية يمكنها أن ترتبط الناس وجمهور المستفيدين بتكلفة منخفضة ، وهذا يمكن أن تكون مفيدة ل أصحاب المشاريع، وختصة الشركات الصغيرة وتتطلع إلى توسيع قاعدة الاتصال بهم. هذه الشبكات تعمل في كثير من الأحيان باعتبارها أداة إدارة علاقات العملاء للشركات بيع المنتجات والخدمات . يمكن للشركات أيضا استخدام الشبكات الاجتماعية للإعلانات في شكل لافتات وإعلانات النص.

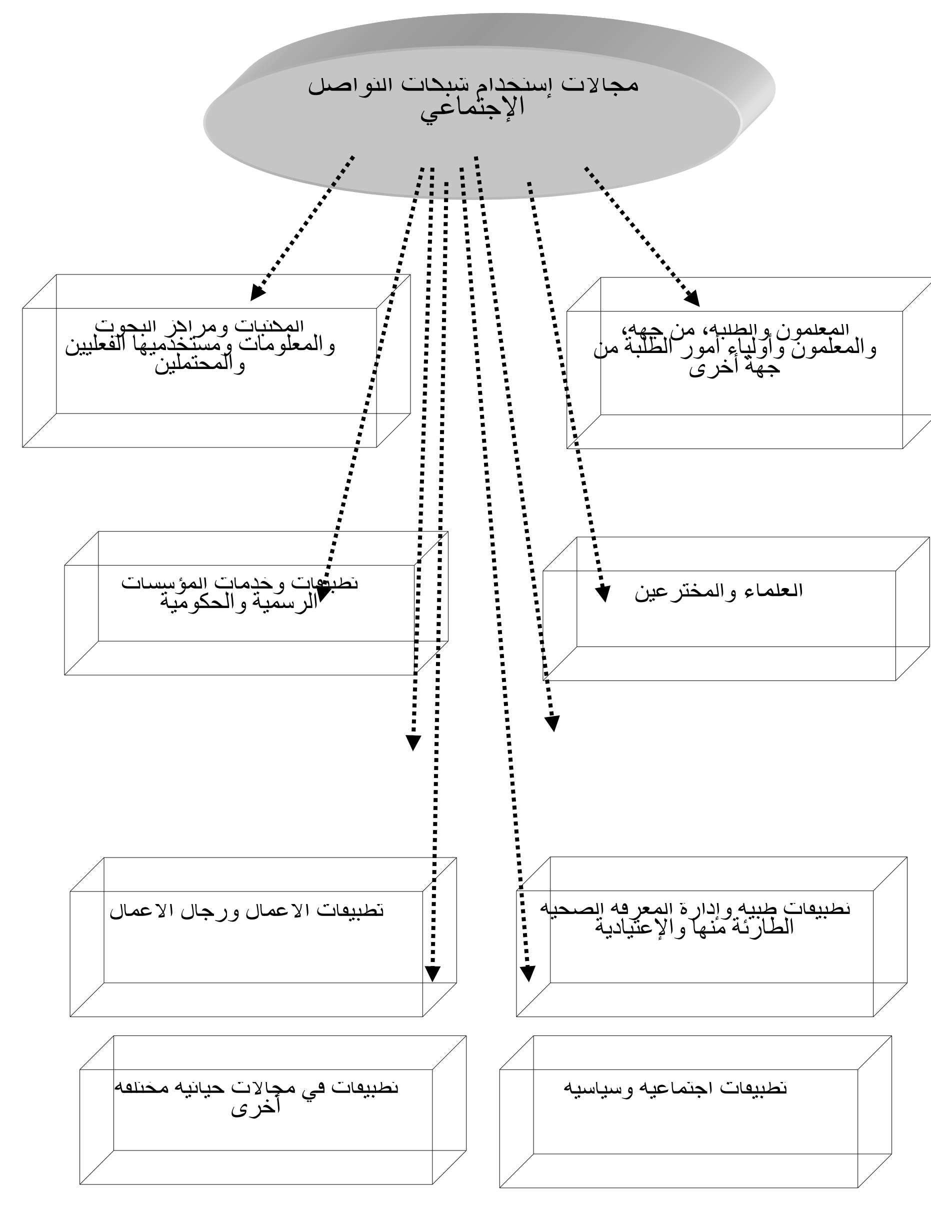
6. **نطبيقات طبية وإدارة المعرفة الصحية الطارئة منها والإعتيادية:** حيث تستخدم الشبكات الإجتماعية من قبل المتخصصين في الرعاية الصحية كوسيلة لإدارة المعرفة الصحية المؤسسية، ونشر المعرفة الضرورية.. وكذلك مساعدة أعضائها مع مختلف الأمراض الجسدية والعقلية.

7. **تطبيقات اجتماعية وسياسية .** ففي الثورة المصرية ، والحركات العربية الأخرى على سبيل المثال، لعبت فيسبوك وتويتر على حد سواء دورا محوريا في إبقاء المستخدمين على صلة ببعضهم. وتم توفير منبر

للاحتجاج على التخطيط والأخبار تقاسم من ميدان التحرير في الوقت الحقيقي. ومن خلال تقديم منصة لآلاف من الناس لتبادل أشرطة الفيديو على الفور للأحداث ، وقد برهنت الشبكات الاجتماعية على أن تكون أداة حيوية في الثورات.

8. **تطبيقات في مجالات حياتية مختلفة أخرى**. حيث تعكس فرصاً في المجالات الحياتية المختلفة، التي يمارسها الإنسان داخل المجتمعات وخارجها، مثل التطبيقات مالية، عن طريق استخدام عملة افتراضية داخل أنظمة الشبكات الاجتماعية، والتي تؤمن فرصاً جديدة للتمويل.

ويعكس المخطط رقم () التالي تصوراً موجزاً لعدد من مجالات إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي المذكورة.



مخطط رقم (35) مجالات إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي المذكورة.

ثالثاً: الفيس بوك Facsbook

من شبكات التواصل الإجتماعي الرئيسية

ماهو الفيس بوك (Facebook):

الفيس بوك هو عبارة عن موقع إجتماعي، تم أطلاقه في شهر شباط/ فبراير من عام 2004 . وهو يتبع شركة تحنل تفس الإسم. ويسمح هذا الموقع لمستخدميه بتكوين عدة شبكات فرعية، والإنضمام إليها، من نفس الموقع. وتتمحور الشخصيات التي تنتمي إليها عادة في دائرة فئة معينة، مثل كونهم من مهنة محددة، أو منطقة جغرافية معينةأو كلية أو مدرسة معينة، وغيرها من التجمعات والأماكن التي تساعد المستخدم على التعرف على المزيد من الأصدقاء والأشخاص الذين ينتمون أو يتواجدون في نفس فئة الشبكة. أما عنوان الموقع فهو: facebook.com

مؤسس الموقع شخص يدعى مارك زكربيرج، أسس الموقع حين كان طالبا في جامعة هارفارد. وكان الموقع في البداية مخصصاً فقط للطلبة في جامعة هارفارد فقط، ولكن تم توسعته فيما بعد ليسمح لطلبة الجامعات بشكل عام بالاشتراك في الموقع، ومن ثم جرى توسعته ليشمل طلبة المدارس الثانوية وأي شخص يتعدى عمره 13 سنة.

وشركة فيسبوك هي محدودة المسئولية كملكية خاصة . ولها مستخدمين، بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضًا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم. ويشير اسم الموقع

وتسمية فيس بوك تشير إلى ما معناه دفتر ورقي، يحمل صورا ومعلومات لأفراد في مدرسة أو جامعة معينة أو مجموعة أو فئة 'جتماعية. وبعبارات أوضح هو يعني دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفًا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم. ومن هنا جاءت تسمية الموقع. وتقد أصبحت هذه طريقة شائعة لتعريف الأشخاص، خصوصاً في المدارس والمعاهد والجامعات الأجنبية لتعريفهم ببعضهم وأنشطتهم. حيث يتصفح المنتسبون إلىحماعة أو جامعة هذه

السجلات والدفاتر لمعرفة المزيد عن الجماعة والطلبة المتواجدين في نفس االجماعة أو المدرسة أو لكلية.

وقد قام مارك زوكربيرج بتأسيس الفيس بوك بالاشتراك مع كل من داستين موسكوفيتز وكريس هيوز الذين تخصصا في دراسة علوم الحاسب وكانا رفيقي زوكربيرج في سكن الجامعة عندما كان طالبًا في جامعة هارفارد. كانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد، ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليج وجامعة ستانفورد. ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم طلبة المدارس الثانوية، وأخيرًا أي شخص يبلغ من العمر 13 عامًا فأكثر، كما أشرنا سابقاً. يضم الموقع حاليًا أكثر من 750 مليون مستخدم على مستوى العالم.

وقد أثير الكثير من الجدل حول موقع الفيس بوك على مدار الأعوام القليلة الماضية. فقد تم حظر استخدام الموقع في العديد من الدول خلال فترات متفاوتة، كما حدث في سوريا [5] وإيران.[6] كما تم حظر استخدام الموقع في العديد من جهات العمل لإثناء الموظفين عن إهدار أوقاتهم في استخدام تلك الخدمة.[7] كذلك، مثلت انتقادات موجهة إلى الفيس بوك مخاوف بشأن الحفاظ على الخصوصية واحدة من المشكلات التي يواجهها رواد الموقع، وكثيرًا ما تمت تسوية هذا الأمر بين طرفي النزاع. كما يواجه موقع الفيس بوك العديد من الدعاوى القضائية من عدد من رفاق زوكربيرج السابقين الذين يزعمون أن الفيس بوك اعتمد على سرقة الكود الرئيسي الخاص بهم وبعض الملكيات الفكرية الأخرى.

أهم التطورات التي حدثت للفيس بوك:

نستطيع أن نحدد ملامح التطورات التي حدثت للفيس بوك بالآتي:

1. إبتداءاً من شهر مارس من عام 2004، فتح الفيس بوك أبوابه أمام جامعات ستانفورد وكولومبيا وييل. أولاً. ومن الجدير بالذكر أن فيسبوك كان منذ ذلك الحين قد أصبح أكبر موقع التواصل الاجتماعي في العالم. اليوم وتشير التقديرات إلى أن هناك الآن أكثر من 200 مواقع النشطة باستخدام مجموعة واسعة من النماذج والشبكات الاجتماعية مايو 2011.

2. بعد ذلك، اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليج، وشيئًا فشيئًا أصبح متاحًا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية. وفي شهر يونيو من عام 2004،

3. تم نقل مقر الفيس بوك إلى مدينة بالو آلتو في ولاية كاليفورنيا. وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة *the* من اسمها بعد شراء اسم النطاق facebook.com عام 2005 نظير مبلغ 200000 دولار أمريكي. وفي عام 2006، نشرت مجلة *"بيزنس ويك"* أن المفاوضات جارية بشأن شراء موقع الفيس بوك. وردًا على ذلك، رفض الفيس بوك عرضًا بالبيع يقدر بنحو 750 مليون دولار من مزايد لم يتم الإفصاح عن اسمه، وانتشرت شائعات أخرى بزيادة سعر العرض حتى بلغ 2 مليار دولار. وفي شهر سبتمبر، 2006، تم عقد مباحثات جادة بين القائمين على إدارة شركة "فيس بوك" و"ياهو" بشأن شراء الفيس بوك مقابل مليار دولار.

http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%81%D9%8A%D8%B3%E2%81%AC%D8%A8%D9%88%D9%83 - cite_note-29

وقد صرح ثييل، الذي كان أحد أعضاء مجلس إدارة الفيس بوك آنذاك، بأن التقييم الداخلي للموقع قد بلغ حوالي 8 مليار دولار بناءً على الإيرادات المتوقعة حتى عام 2015 بمعدل 1 مليار دولار سنويًا، مقارنةً بشراء شركة "فياكوم" لشبكة إم تي في، وهي شركة تخاطب فئة مستهدفة من الجمهور وفقًا لخصائصه السكانية. وفي شهر يوليو، 2007، صرح زوكربيرج بأن مسألة بيع الفيس بوك غير واردة على الإطلاق لأنه يود الحفاظ على استقلالية الشركة، حيث أشار قائلاً: "إننا لا نسعى إلى بيع الشركة...كما أننا لا نفكر في الطرح الأولي للاكتتاب العام في أي وقت قريب. فذلك الأمر لا يمثل غايتنا الرئيسية في الوقت الراهن.

4. وفي 24 أكتوبر، 2007، أعلنت شركة |مايكروسوفت| أنها قامت بشراء حصة في فيس بوك بلغت 1.6٪ بقيمة 240 مليون دولار، حيث قُدرت القيمة الضمنية الكلية للموقع بحوالي 15 مليار دولار. وعلى الرغم من ذلك، فإن "مايكروسوفت" قامت بشراء سهم مفضل يتضمن حقوقًا

خاصة مثل "حقوق التصفية "، وهو ما يعني أن "مايكروسوفت " ستتقاضى مستحقاتها قبل حملة الأسهم العادية في حالة بيع الشركة. كما أن السهم الذي قامت "مايكروسوفت" بشرائه يخول لها الحق في نشر الإعلانات الدولية على الفيس بوك.

5. في شهر نوفمبر من عام 2007، قام لي كاشينج ملياردير هونج كونج باستثمار 60 مليون دولار في الفيس بوك. وفي شهرأغسطس من عام 2008، أشارت مجلة *"بيزنس ويك"* إلى عمليات بيع خاصة قام بها الموظفون، وكذلك عمليات شراء قامت بها شركات رأس المال المخاطر كانت ولا تزال تتم عند أسعار الأسهم، وهو ما جعل القيمة الإجمالية للشركة تتراوح ما بين 3.75 و5 مليار دولار. وهكذا استمر التطور الإستثماري، الذي يعني الشهرة في نشاطات الفيس ابوك.

6. من جاني آخر وبمرور الوقت، بدأ الفيس بوك في إضافة العديد من الخدمات والسمات الجديدة إلى الموقع. ففي شهر سبتمبر من عام 2006، تم الإعلان عن خدمة التغذية الإخبارية News Feed ، التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات التي تهم الأفراد المشاركين، مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، والأحداث المرتقبة، وما شابه ذلك من الخدمات.

7. من جانب آخر فإنه من أشهر التطبيقات المتوفرة على موقع الفيس بوك تطبيق الصور Photos، حيث أنه بإمكان المستخدمين تحميل الصور الألبومات إلى الموقع. ومن الجدير بالذكر أنه يوفر الفيس بوك لمستخدميه إمكانات تحميل كم كبير من الصور إلى الموقع.

8. وفي شهر فبراير من عام 2007، أطلق الفيس بوك سمة Gifts أو الهدايا، التي تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية. تتكلف الهدايا 1.00 دولار لكل هدية، ويمكن إرفاق رسالة شخصية بها .[60][61] في 14 مايو من عام 2007، أطلق الفيس بوك سمة Marketplace أو السوق الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية.[62] وقد قامت شركة "سي نت" بمقارنة هذا التطبيق مع موقع كريجزليست، حيث أشارت إلى أن الفارق الرئيسي بينهما يتمثل في أن

القوائم التي ينشرها المستخدم باستخدام Marketplace تتم مشاهدتها من قبل المستخدمين من الشبكة نفسها، أما القوائم المنشورة في كريجزليست فيمكن لأي شخص مشاهدتها.

9. في 20 يوليو من عام 2008، قدم الفيس بوك إمكانية " Facebook Beta" ـ نسخة تجريبية من الفيس بوك ـ عبارة عن إعادة تصميم مبتكرة لواجهات الاستخدام الخاصة بمستخدميه على شبكات محددة. كما تم دمج سمتي "Mini–Feed" و"Wall"، وتم فصل الملفات الشخصية إلى أجزاء ذات علامات تبويب، كما تم بذل جهد بالغ من أجل التوصل إلى شكل أكثر تنظيمًا. وبعد أن كانت حرية الانتقال إلى الإصدار الجديد متاحة للمستخدمين في بادئ الأمر، فإن الفيس بوك بدأ في إحالة المستخدمين إلى هذه النسخة الجديدة اعتبارًا من سبتمبر 2008

10. تواصل تطور استخدام الفيس بوك في السنوات اللاحقة فقد استقيل ما يقرب من 100 مائة مليون مستخدم جديد، حول العالم، فقط خلال فترة الأربعة أشهر الأولى من عام 2012 ميلادية. وعلى هذا الأساس فقد قدر مجموع عدد المستخدمين لشبكة التواصل الإجتماعي، الأكثر شعبية وإستخداماً، ما يقرب من 900 مليون مستخدم. وقد أصبحت خدمة المشاركة بالصور من أبرز خدماتها

إستخدامات الفيس بوك :

كشفت دراسة مسحية أجرتها مؤسسة البحوث الوطنية في الولايات المتحدة الأمريكية، أن العديد من المواطنين الأمريكيين يتجهون إلى الشبكات الاجتماعية ، بهدف الحصول على معلومات تتعلق بالصحة . وأجمع معظمهم أن الموقع الاجتماعي الشهير فيسبوك هو الوجهة أو الخيار الأفضل للحصول على مثل هذه المعلومات، وبفارق شاسع تلاه موقع يوتيوب لعرض أفلام الفيديو ، فيما بين آخرين أن موقعي ماي سبيس وتوتير هما مقصدهم المفضل للبحث عن المعلومات .ورجح واحد من بين كل أربعة مشاركين أن تكون لهذه المواقع الاجتماعية تأثير كبير للغاية أو مرجح حيال قراراتهم المتعلقة بالصحة مستقبلاً .ويشار إلى أن موقع فيسبوك تحول إلى سمة مشتركة لدى الجميع ، في وقت قصير نسبياً ، فهنالك عدد كبير كم المستخدمين العرب والأجانب يوجد لديهم اليوم حساب على المواقع

الاجتماعية، وخاصة الفيس بوك. فقد رصدت جريدة العرب اليوم الأردنية مثلاً آراء الشباب الاردني حول مرجعية المواقع الالكترونية عموماً بكونها الملاذ الذي ينهلون منها المعلومات التي تهم حياتهم العامة والخاصة وهل لها اثر ايجابية وأخرى سلبية عليهم كونها المرجع الرئيسي الذي يرجع اليه بعض الشباب. فيستخدمها البعض، وخاصة النساء، كمرجع وحيد للاطلاع على الامور التي تهم الجمال وغالبا ما تستقي معلوماتها من مواقع عديدة متخصصة بهذا المجال. ويرى آخرين أنهم يستخدمون المواقع الإلكترونية للحصول على ما تريده من معلومات تهم الاسرة وتربية الاطفال وطرق التعامل معهم. ويجدون بان وسائل التربية الحديثة التي تنادي بها بعض المواقع لها اثر ايجابي على حياة الاسرة وغالبا ما تقدم النصائح والمشورة في مجال التربية والتعليم وحقوق الابناء وطرق التعامل الحضاري مع نمط الحياة الجديد ضمن ضوابط لذلك فإن لهذه المواقع المتخصصة بالاسرة والتربية كمرجع اساسي وهذا ما جعل المستخدمين لها يستغنون عن شراء الكتب كون هذه المواقع وسيلة للاطلاع بشكل مجاني.

ويرى آخرين بأنهم يستخدمون مواقع إلكترونية، وخاصة الفيس بوك، كوسيلة للاطلاع على كل ما يجري من احداث سياسية واجتماعية من خلال اشتراكهم بعدد من الصفحات العاملة والناشطة في هذا المجال. كذلك يرى آخرين بأن موقع الفيس بوك هو الموقع الاول بالنسبة للكثيرين للتواصل وحتى على الحصول على الاخبار التي تتعلق بالاصدقاء والمعارف.

من جانب آخر يشير البعض إلى خطورة الاستقاء من بعض المواقع التي تهدف الى الترويج عن نفسها وذلك بوضع معلومات غير صحيحة ومبهرجة لجذب انتباه اكبر شريحة من الناس. وتهدف مثل هذه المواقع لترويج لنفسها وهذا ما يشكل خطرا عندما تتعلق هذه المواقع بالامور الصحية والتربوية والسياسية والتي تنعكس سلبا على حياة الكثير من الناس.

رابعـــاً: تويتــر Twitter

التعريف بتويتر:

تويتر هو أحد شبكات التواصل والإعلام الموجود على الانترنت، هو من الشبكات الاجتماعية التي تمكن مستخدميها من إرسال وقراءة النص القائم على المشاركات، التي تصل إلى أكثر من مائة وأربعين حرفاً.

ويعود تاريخ إنشاء تويتر في شهر مارس 2006 ،من قبل شخص يدعى جاك دورسي. وما لبث تويتر أن إنتشر واكتسب شعبية بسرعة، في جميع أنحاء العالم، حيث بلغ عدد مستخدميه 200 مليون مستخدم، في عام 2011 ، من على شبكة الإنترنت .

وقد شهدت تويتر نموا سريعا. فقد سجلت 400،000 تويت في الربع في 2007. نما هذا إلى 100 مليون تويت في عام 2008. وتشير الإحصاءات إلى أنه بلغ عدد زوار موقع «تويتر» 54.7 مليون زائر من مختلف أنحاء العالم خلال أغسطس (آب) 2009، في مقابل 4.3 مليون في أغسطس (آب) 2008 . واعتبارا من يونيو 2010 ، تم نشر حوالي 65 مليون تويت كل يوم ، أي ما يعادل نحو 750 تويت بعث كل ثانية.

وقد كان ارتفاع استخدام تويتر خلال أهم الأحداث البارزة. فقد سجل رقما قياسيا خلال نهائيات كأس العالم 2010 على سبيل المثال، عندما كتب المشجعين 2940 تويت في الثانية.

ويرى البعض تميزاً لتويتر على الفيس بوك لإعتبارات عدة يرونها، ومنها:

1 هنالك عدد محدود من الصداقات على الفيس بوك: الفيس بوك وضعت عدد 5000 كحد لعدد الأصدقاء المضافين لديك، بينما لا يوجد حد لعدد الاصدقاء في تويتر.

2.سرعة إضافة الأصدقاء في توتير مقارنة بالفيس بوك: يكفي أن تنقر على زر "متابعة (Follow) "لتكوين صداقة بشكل آني مع أي شخص*، بينما في فيس بوك يجب أن تطلب إضافة صديق والإنتظار لقبول هذه الصداقة، إذا تم قبولها.

3.تويتر يوصلك بأشخاص تود معرفتهم: يتيح توتير التواصل والتعرف على أشخاص لم نكن نعرفهم، وذلك بسبب مشاركة نفس الاهتمامات مما يتيح نقل المعرفة. بعكس الفيس بوك الذي يستخدم غالباً للتواصل مع الأشخاص الذين نعرفهم مسبقاً

4. هنالك مخاطر أمنية أقل: بالتأكيد تعتبر تويتر أقل من ناحية المخاطر الأمنية من الفيس بوك، حيث لا يوجد معلومات دقيقة عنك وصور لك ولعائلتك ... إلخ.

5. لايمكن لأصدقاءك تشويه سمعتك: بينما يمكن لأي صديق من أصدقاءك ارسال أي محتوى على جدار الفيس بوك الخاص بك، مما قد يؤثر على مكانتك الاجتماعية. فهذا الأمر محال في تويتر ولا يمكن لأي شخص ارسال تغريده تحت حسابك.

دراسة مقارنة بين فيس بوك وتويتر:

قامت إحدى الشركات المتخصصة بتسويق العلامات التجارية على الشبكات الاجتماعية (وهي شركة digital surgeons) بإعداد دراسة تحليلية لمستخدمي الفيس بوك وتويتر. وخلصت الدراسة إلى الآـي:

1. أن هناك ما يقرب من 900 مليون مستخدم للفيس بوك و100 مليون مستخدم لتويتر.
2. في موقع الفيس بوكبلغت نسبة اهتمام المستخدمين 88%، بينما كانت نسبة المستخدمين يوميا حوالي 41%.
3. نسبة مستخدمي الفيس بوك عبر الهواتف 30%، نسبة المستخدمين المهتمين بالعلامات التجارية 40%.
4. وكانت نسبة المستخدمين المحدثين لحساباتهم الشخصية بشكل يومي 12%،

5. ونسبة المستخدمين خارج الولايات المتحدة 70%

أماموقع تويتر فقد ظهر الآتي:

1. وصلت نسبة اهتمام المستخدمين إلى 87% وكانت نسبة المستخدمين بشكل دائم ويومي 27%،
2. نسبة مستخدمي التويتر عبر الهواتف 37% بينما نسبة المستخدمين المهتمين بالعلامات التجارية 25%.
3. وكانت نسبة المستخدمين المحدثين لحساباتهم الشخصية بشكل يومي 67%،
4. ونسبة المستخدمين خارج الولايات المتحدة 60%.

كما أظهرت آخر الإحصاءات حصول Facebook على المركز الأول.

كما أظهرت تلك الإحصاءات مواقع اجتماعية جديدة

- أن مسؤولي «فيس بوك» وجدوا أنفسهم تحت وطأة ضغوط تعويضية في أعقاب الثورات الشعبية التي شهدتها مصر وتونس أخيراً، بسبب دور البطولة الذي لعبه الموقع في تلك الأحداث.
- وإن كبار المسؤولين التنفيذيين هناك رفضوا استغلال تلك اللحظات التاريخية في تسليط الضوء على الدور الذي لعبه الموقع باعتباره المنصة التي أدت إلى حدوث التغيير الديمقراطي.
- وفي الوقت الذي تحول فيه موقع فيس بوك إلى واحد من الوسائل الأساسية التي يستعين بها الناشطون في تعبئة الاحتجاجات وتقاسم المعلومات، فإن القائمين عليه لا يريدون أن يُنظَر إليهم على أنهم أبطال خوفاً من أن تقوم بعض الدول التي بدأ يحظى فيها الموقع أخيراً بموطأ قدم، بفرض قيود على استخدامه أو أن تراقِب المستخدمين عن قرب، وفقاً لما نقلته اليوم صحيفة النيويورك تايمز الأميركية عن بعض مسؤولي الشركة الذين رفضوا الكشف عن هوياتهم.

كما لا يريد مسؤولو الموقع أن يغيروا السياسة الخاصة بهم، وهي المتعلقة بطلبهم من المستخدمين أن يدخلوا إلى الموقع عبر هوياتهم الحقيقية. وقالوا إن ذلك يحمي مستخدميهم من عمليات النصب والاحتيال.

خامساً: جوجل Google وجوجل بلس

وخدمات التواصل والإعلام الإجتماعي

محرك البحث المعرب الذي يحمل إسم جوجل، أو Google هو محرك بحث مهم على شبكة الإنترنت، كان ولا يزال يقدم خدماته المختلفة التي يمكننا أن نصنف العديد من هذه الخدمات على أنها خدمات تواصل إجتماعي أيضاً. فقد كان جوجل قد أنشأه طالبي دكتوراه في جامعة ستانفورد الأمريكية، عام 1998 . فهو محرك البحث الأكبر على الشبكة الذي يستقبل على الأقل 200 مليون طلب بحث يومياً. ويعمل في شركة جوجل ما يفوق 5680 موظف. ويعمل برنامج الفهرسة في جوجل بشكل تلقائي بحيث يتنقّل بين المواقع ويدرجها بشكل تلقائي في قائمة الفهرسة.

أما أهم المعالم والخدمات التي يقدمه محرك البحث كوكل فهي:

1. **خدمة بحث متميزة على شبكة الإنترنت: وهي ال**خدمة التي يتعامل معها معظم الباحثين عن المعلومات على شبكة الإنترنت، و هي أيضاً الخدمة الأساسية التي يقدمها، والتي تتميز بأنها خدمة بحث متميزة على الويب، تقوم على تقويم صفحة الويب من خلال عدد الارتباطات التي تشير إليها. فهي تعتبر أن الرابط الموجود في الصفحة. وهو يستخدم أيضاً أكثر من 250 معياراً لتقويم الصفحات. وفي خدمة البحث على الويب يمكنك دائما القيام بالبحث المتقدم الذي يتيح العديد من الخيارات التي تعمل في النهاية على تضييق نطاق البحث مما يساعد الباحث على المعلومة في الوصول إليها، وفي أقل وقت ممكن، ومن دون تصفح العديد من نتائج البحث.

2. **خدمة بحث في الصور:** هذه الخدمة مفيدة جداً و تتيح فيها جوجل العديد من الخيارات; فيمكن للمستخدم أن يستخدم البحث المتقدم أو يعرض صور كبيرة الحجم أو المتوسطة أو الصغيرة.

3. **خدمة بحث بما يسمى بمجموعات النقاش:** تمكن جوجل مستخدمي هذه الخدمة من البحث عن مجموعات نقاش متعددة تتناول مواضيع مختلفة، وذلك من خلال كتابة نص كلمة البحث في مربع البحث. أيضاً يمكن

للباحث أن يتصفح قوائم الموضوعات التي تناقشها المجموعات المختلفة ثم يتطرق إلى الموضوعات الفرعية و في النهاية يصل إلى المجموعة التي يريدها. كما تتيح جوجل لمستخدمي هذه الخدمة أن يشتركوا في هذه المجموعات، أو أنهم ينشئوا مجموعات خاصة بهم ويديرونها بأنفسهم.

4. **خدمة بحث في الأخبار :** تقدم جوجل من خلال هذه الخدمة عناوين الأخبار ومقتطفات سريعة عن محتواها. هذه الأخبار يجمعها برنامج تابع لشركة جوجل من المواقع الإخبارية المنتشرة على الإنترنت. وتتيح جوجل لمستخدمي هذه الخدمة البحث عن الأخبار من خلال الكتابة في مربع البحث. و إذا كان لدى المستخدم حساب في جوجل فإنه سيكون قادراً على إضافة أقسام مخصصة إلى الأقسام الموجودة أصلاً ; فباستطاعته تحديد موضوع معين من خلال كتابة اسم الموضوع في مربع البحث و باستطاعته أيضاً اختيار عدد العناوين التي ستظهر في هذا القسم، و أيضاً يستطيع المستخدم تحريك هذه الأقسام داخل الصفحة أو حذف معظمها. هذه الخدمة متوفرة بستة و ثلاثين لغة و اللغة رقم 36 هي اللغة العربية. وإن القسم العربي في هذه الخدمة يتميز عن باقي الأقسام الخاصة باللغات الأخرى في أنه يجمع أخبار العالم العربي كله و أنه مخصص لكل الدول العربية، أما باقي الأقسام الأخرى فكل قسم منها يختص بدولة واحدة فقط.

5. **مترجم جوجل من وإلى اللغة العربية : وهي** خدمة تقدمها شركة جوجل لترجمة النصوص والمواقع الالكترونية من لغة لأخرى مثل الألمانية و الفرنسية و غيرها كما تتوفر الترجمة من و إلى العربية.

6. **خدمة المدونات والتدوين Blogger:** هذا الموقع يقدم لمستخدميه خدمة كتابة مدونات مجانية، هذه الخدمة تتيح للمستخدم أن ينشأ حساباً لدى الموقع و أن يدير من خلاله أكثر من مدونة، الموقع متوفر بأكثر من لغة منها الإنجليزية، و الألمانية، و الصينية، و الكورية، و الفرنسية، و لغات أخرى، لكن واجهة المستخدم لا تحتوي اللغة العربية، لكن يمكن كتابة النصوص العربية و المقالات بشكل إعتيادي، ومن بدون أي متاعب. الخدمة تدعم إل RSS و تمكن المستخدم من اختيار السمات التي يريد بها عرض مدونته.

7. **خدمة البحث في الكتب وفهارسها وبعض من محتوياتها :** وتتيح هذه الخدمة البحث في الكتب ويمكن قراءة فهارس وبعض الفصول من بعض الكتب.وتساعد ايضا على شراء الكتب. إلا أنه لم يتم تعريب هذه الخدمة حتى الآن.

8. خدمة **جوجل الأرض – البحث بالخرائط (Google Earth)**. وهذا البرنامج يتيح لمستخدميه مشاهدة معظم المدن و المناطق الموجودة في العالم من خلال صور الأقمار الصناعية، وهو متوفر في ثلاثة أنواع أولها مجاني و ثانيها و ثالثها من الممكن تجربتهما ثم دفع اشتراك سنوي لاستخدامهما و يتيحان إمكانيات أكبر و يقدمان معلومات أكثر عن مواقع المطارات و المتاجر الكبرى و مباني الشركات و المكتبات الكبرى إلى آخره.

9. خدمة **جوجل سطح المكتب**. وهذا البرنامج هو عبارة عن أداة تمكن المستخدمين من البحث عن الملفات الموجودة داخل حاسباتهم، حيث يقوم البرنامج بعد تركيبه على الحاسب بفحص كل الملفات الموجودة بالقرص الصلب، ثم يستطيع المستخدم استخدام البرنامج للبحث عن الملفات داخل حاسبه، و البرنامج يحتوي على منصة تمكن المستخدم من عرض التطبيقات المصغرة Gadgets التي تضفي شكلاً جديداً على واجهة سطح المكتب، هذه الأدوات تمكن المستخدم من عرض الوقت و التاريخ و قراءة عناوين آخر الأخبار و ملخصاتها و تشغيل ملفات الموسيقى و ممارسة بعض الألعاب المصغرة. هناك ميزة قوية لهذه الأدوات أن بعضاً منها يمكن المستخدم من تخصيص إعداداته و ضبطها بطرق مختلفة، هذه الأدوات أيضاً تتصل بالإنترنت لعرض آخر الأخبار و المعلومات التي يطلبها المستخدم.

10. خدمة برتامج **بيكاسا Picasa**. هذا البرنامج المجاني مخصص للتعامل مع الصور و تحريرها. وهو يساعد مستخدمه على التعامل المحترف مع الصور و إضافة مؤثرات خاصة لها مثل التظليل و مؤثرات أخري لإضافة تأثيرات الألوان. يتميز البرنامج بواجهة مستخدم متطورة تمكن المستخدم من التعامل معها بسهولة. و يساعد البرنامج مستخدميه على إنشاء ألبومات للصور و تخزينها على الويب في خادمات جوجل.

11. خدمة جوجل بلس Google Pluss فقد تم إضافة خاصية جديدة تسمى الدوائر (Circles) ، والتي هي عبارة عن مجموعات يضاف إليها الأشخاص على حسب تصنيفهم، بحيث أن كل مجموعة أو دائرة يمكن أن ترى المشاركات التي خصصت لها. ومن المكن إضافة الأشخاص لهذه الدوائر، عبر إسقاطهم بها يدويا.

مقارنة بين خدمة جوجل بلس والفيس بوك وتويتر:

خدمة المجموعات هذه المتوفرة عند جوجل بالمقارنة مع الفيس بوك هي موجودة، ولكن ليست بالمرونة التامة كما هي موجودة في جوجل بلس عند تحديد الأشخاص في كل مجموعة. وكذلك نقلهم من مجموعة لأخرى، أما بالنسبة لتويتر فهذه الخاصية غير موجودة. إضافة الأشخاص يجب أن تكون من كلا الطرفين المضيف والمضاف حتى يتمكن الاثنان من رؤية المشاركات لكليهما، أما إن كانت الإضافة من طرف واحد، فيمكن للأخر رؤية مشاركة الطرف الأول الغير مضاف عندما يود ذلك عبر صفحة مخصصة تسمى (Incoming) ولكن لا تظهر له في الصفحة الرئيسية للمشاركات. هذه الخاصية شبيهة بما هو موجود في تويتر عند إتباع الأشخاص فعلى كلاً من التابع والمتبوع إضافة احدهما الأخر أما في الفيس بوك فطرف واحد كفيل بإظهار المشاركات من كلا الطرفين.

وخاصية المشاركة (Sparks) هي خاصية تمكن المستخدم من عملية البحث عن مواد عبر محرك بحث ومن ثم إمكانية مشاركتها وكذلك إضافة التعليقات عليها. هذه الخاصية الجديدة غير موجودة في أي من الفيس بوك وكذلك تويتر. وقد تفردت جوجل بهذه الخدمة كونها تملك محرك بحثها العملاق وقد استفادت منه استفادة كلية لتضيف لنفسها خاصية تنافسية رائعة. وعلى هذا الأساس فإن هذة الخاصية غير موجودة في الفيس بوك وكذلك تويتر.

أما خاصية (HangOut) وهي تتيح للمستخدم الالتقاء بعدد كبير من الأصدقاء في وقت واحد من خلال مكالمات الفيديو ويمكن للجميع رؤية بعضهم البعض والتحدث بالصوت والصورة في محادثة جماعية غير مسبوقة في الشبكات الاجتماعية الأخرى. هذه الخاصية أيضا فريدة من نوعها وقد تفردت بها جوجل بلس في شبكتها الاجتماعية وليست متوفرة في الفيس بوك أو تويتر.

وهنالك خاصية الرفع الفوري (Instant Uploads) تمكن المستخدم من رفع الصور أو مقاطع الفيديو إلى حسابه مباشرة والى تصنيفات محددة يستطيع المستخدم تحديدها بالإضافة إلى من يمكنهم مشاهدة هذه الصور. هذه الخاصية جميله ولكنها أيضا موجودة في الفيسبوك ولكن ليس بشكل سهل كما هو في جوجل بلس. بالنسبة لتويتر فرفع الملفات يكون عبر مواقع محايدة

تشاركها عبر روابط في تويتر ولكن ليس عبر تويتر مباشرة أو من خلال مجموعات مخصصة.

وكذلك خاصية التجمع (Huddle) هي عبارة عن محادثات نصية لمجموعة من الأشخاص في وقت واحد يمكن تحديدهم، حيث إن هذه الخاصية أيضا مستحدثة وتعطي مرونة تامة في حال وجود مناقشات أو محادثات جماعية، وتعتبر هذه الخاصية غير موجودة في كلا الشبكتين الفيس بوك وكذلك تويتر وفعلا هي تميز لصالح جوجل، ولكن جوجل لم تفعلها حتى كتابة هذا الموضوع إلا عبر برنامجها المستخدم في الهواتف العاملة بنظام أندرويد.

أما تطبيق جوجل بلس للهواتف (Google Plus Mobile) هو مخصص للهواتف المحمولة وخصوصا لنظام التشغيل أندرويد، حيث يمكن تحميل هذا التطبيق من خلال الماركت. من خلال هذا التطبيق يمكن التفاعل كليا مع جوجل بلس كما هو تماما من خلال استخدام جهاز الكمبيوتر. مشاركة الملفات والصور والفيديو كلها متاحة من خلال التطبيق بالإضافة إلى المحادثات النصية أو الفيديو. التطبيق الخاص بأجهزة ابل غير متوفر حاليا وهو في طور البناء وسيظهر قريبا للعلن. الفيس بوك وتويتر كل منها لديه تطبيقه الخاص ولا أرى فرقا كبيرا في الاستخدامات سوى في بعض الخصائص الخاصة بالشبكة الاجتماعية نفسها.

وأما إعدادات جوجل بلس (Google Plus Settings) tidتمكن المستخدم من العمل على تحديد وتغيير أنماط المشاركات بجميع أنواعها وكذلك الخصوصية وإمكانية تعديل طريقة التنبيهات وحصرها على أجزاء معينه والعديد من الإعدادات المرنة التي يمكن تطبيقها. بالنسبة للفيس بوك وتويتر أرى أن إعداداتها ليست مرنة إلى هذه الدرجة وارى أن جوجل تفوقت كثيرا من هذه الناحية.

أضافت جوجل بلس زرها الخاص تحت اسم (1+) أو (+ g) وهو شبيه بزر الإعجاب (Like) الموجود في الفيس بوك وكذلك زر (Tweet) الموجود في تويتر والمستخدم في المواقع أو المدونات لمشاركة الصفحات عبر الشبكات الاجتماعية. أما بالنسبة للتطبيقات فلا يوجد تطبيقات خاصة بجوجل بلس كما هي موجودة في الفيس بوك وارى أن هذا الأمر من الايجابيات التي قامت جوجل بتجنبها لما تسببه من إزعاج كبير للمستخدمين.

سادساً :تطبيقات شبكات تواصل إجتماعي أخرى

هنالك عدد آخر من شبكات التواصل الإجتماعي التي يمكن لنا أن نستعرضها، مثل ماي سبيس، ولينكد إن.

أولاً: ماي سبيس (MySpace)

هو عبارة عن موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية على الإنترنت والوب، يقدم شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الخدمة. بالإضافة إلى تقديمه خدمات أخرى، مثل:

1. المدونات،
2. ونشر الصور والموسيقى ومقاطع من الفيديو،
3. خدمات المجموعات البريدية
4. ملفات المواصفات الشخصية للأعضاء المسجلين.

ويقع مقر الشركة في سانتا مونيكا في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية بينما يقع مقر الشركة الأم "نيوز كوربوريشن" في مدينة نيويورك.

ويرى البعض أن موقع ماي سبيس هذا هو هو سادس أكثر مواقع الإنترنت والشبكة العنكبوتيةالإنجليزية شعبية في العالم. وكذلك سادس أكثر مواقع الوب المكتوبة بأي لغة في العالم شعبية. من جانب آخر فإنه يعد ثالث أكثر المواقع شعبية على الإطلاق في الولايات المتحدة. ارتفعت شعبية الموقع تدريجيا بنسبة أكبر من المواقع المشابهة الأخرى وحاز على 80% تقريبا من عدد الزيارات المحسوبة لمواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، حتى صار يمثل جزءا مهما من الثقافة الشعبية المعاصرة، خاصة في البلاد الناطقة بالإنجليزية.

ثانياً: لينكد أن Link in

موقع لينكد إن (www.linkedin.com) هو أحد المواقع المصتفة ضمن شبكات التواصل الإعلامية الإجتماعية على شبكة الشبكات / الإنترنت . مؤسس الموقع هو جيف وينر، إداري سابق بشركة ياهو. وفد تأسس الموقع في شهر ديسمبر / كانون الأول من عام 2002، وبدأ نشاطه في شهر

مايو /مابس 2003. ويستخدم هذا الموقع أساساً لإقامة الشبكات المهنية. وتشير الإحصاءات إلى أنه في الثانب من شهرنوفمبر /تشرين أول من عام 2010 بلغ عدد المسجلين في هذا الموقع قرابة 80 مليون مستخدم، موزعين في أكثر من 200 دولة من دول العالم. وتشير تقارير الموقع إلى أنه تتم زيارة الموقع شهرياً من قبل أكثر من (21) مليون زائر من داخل الولايات المتحدة الأمريكية، وأكثر من (47) مليون زائر من باقي دول العالم ،

وترتكز شبكة «لينكد إن» هذه على فكرة التواصل بغرض بناء المستقبل المهني حيث يمكن للأشخاص ذوي الاهتمامات المشتركة والذين يعملون في شركات مختلفة أن يلتقوا مع غيرهم من المتخصصين ويتبادلون الخبرات. وتضم الشبكة حاليا أكثر من مئة مليون مشترك.

وتعد هذه الشبكة في بعض الأحيان كمنتدى للمعلومات بشأن فرص العمل المتاحة لأن مسئولي الموارد البشرية بالشركات المختلفة يمكنهم تبادل المعلومات بشأن العمالة الماهرة ومعدلات البطالة وغيرها.

ويقول «ريتشارد جورج» المتحدث باسم شبكة «لينكد إن»في أوروبا إن «تكوين هوية مهنية على شبكة الانترنت أصبحت الآن أكثر أهمية عن أي وقت مضى»، بعد أن أصبح من الشائع الآن بالنسبة للعملاء في مختلف المجالات أن يبحثوا عن شركاء أو موظفين محتملين من خلال محرك البحث «جوجل».

وأضاف «إنك إذا ما أبديت اهتماما بتطوير هويتك أو شخصيتك المهنية على شبكة الانترنت ، فتأكد أن هؤلاء العملاء المحتملين سوف يعثرون على سيرتك الذاتية التي تحتوي على معلومات بشأن مؤهلاتك وخبراتك في مجال العمل.

ويوجد في الوقت الحالي تطبيقات خاصة بهاتف «آي فون»والهواتف الذكية التي تعمل بنظام تشغيل «أندرويد»تتيح إمكانية الدخول على شبكة «لينكد إن»من خلال الهواتف المحمولة، وهو ما يتيح إمكانية تبادل المعلومات بشكل أسرع بين المشتركين

المصادر المعتمدة:

(1) الياس عواد. **الشبكة الاجتماعية لينكدان. تاريخ الدخول إلى الموقع 2012/3/12. وهو متاح في:**

http://bu266.blogspot.com/2012/04/blog-post_09.html

(2) الحسني، علي. **أثر شبكات التواصل الاجتماعي في وسائل الإعلام التقليدية**. 26-11-2011. **تاريخ الدخول إلى الموقع 2012/3/10. وهو متاح في:**

http://almadapaper.net/news.php?action=view&id=53884

(3) سالم، زينب . (2009) . استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية لتطوير الأنشطة التجارية **تاريخ الدخول إلى الموقع 2012/3/12. وهو متاح في:** http://ijschool.net/news.php?action=view&id=246

(4) شباب يلجأون للمواقع الاجتماعية لتعزيز ثقافتهم العامة العرب اليوم - طارق العاصي 10/03/2011 . **تاريخ الدخول إلى الموقع 2012/2/17. وهو متاح في:**

http://www.alarabalyawm.net/pages.php?news_id=286932

(5) شركة فيس بوك المندمجة. **Facebook، Inc.** . . ويكيبيديا. الموسوعة الحرة.. تاريخ الدخول إلى الموقع 2012/2/15. **تاريخ الدخول إلى الموقع 2012/3/12. وهو متاح في:**

http://ar.wikipedia.org/wiki

(6) عبيد، كمال. شبكات التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين. 20/07/2011. تاريخ الدخول إلى الموقع 2012/3/12. وهو متاح في:

http://www.alnoor.se/article.asp?id=120692=17

(7) محمد قيراط . شبكات التواصل الاجتماعي وفرص وتحديات التغيير. 2012

http://www.albayan.ae/opinions/articles/2012-02-17-1.1594030

(8) مميزات تويتر مقارنة بالفيس بوك. 2011. **تاريخ الدخول إلى الموقع 2012/1/21. وهو متاح في:**

http://nogom-alsahar.alafdal.net/t2904-topic

(9) منة الله صبري. الموقعان الاجتماعيان يتنافسان في كل شيء . **تاريخ الدخول إلى الموقع 2012/3/12. وهو متاح في:**

دراسة مقارنة لمستخدمي «فيس بوك» و«تويتر». 2011

http://www.alarab.com.qa/details.php?docId=181426&issueNo=1202&secId

(10) Facebook's Growth in the Arab World Is Surging with Demands for Political Change. Published February 23، 2011 in Arabic Knowledge@Wharton.

تاريخ الدخول إلى الموقع 2012/1/12. وهو متاح في:

http://www.albayan.ae/opinions/articles/2011-05-26-1.1444827